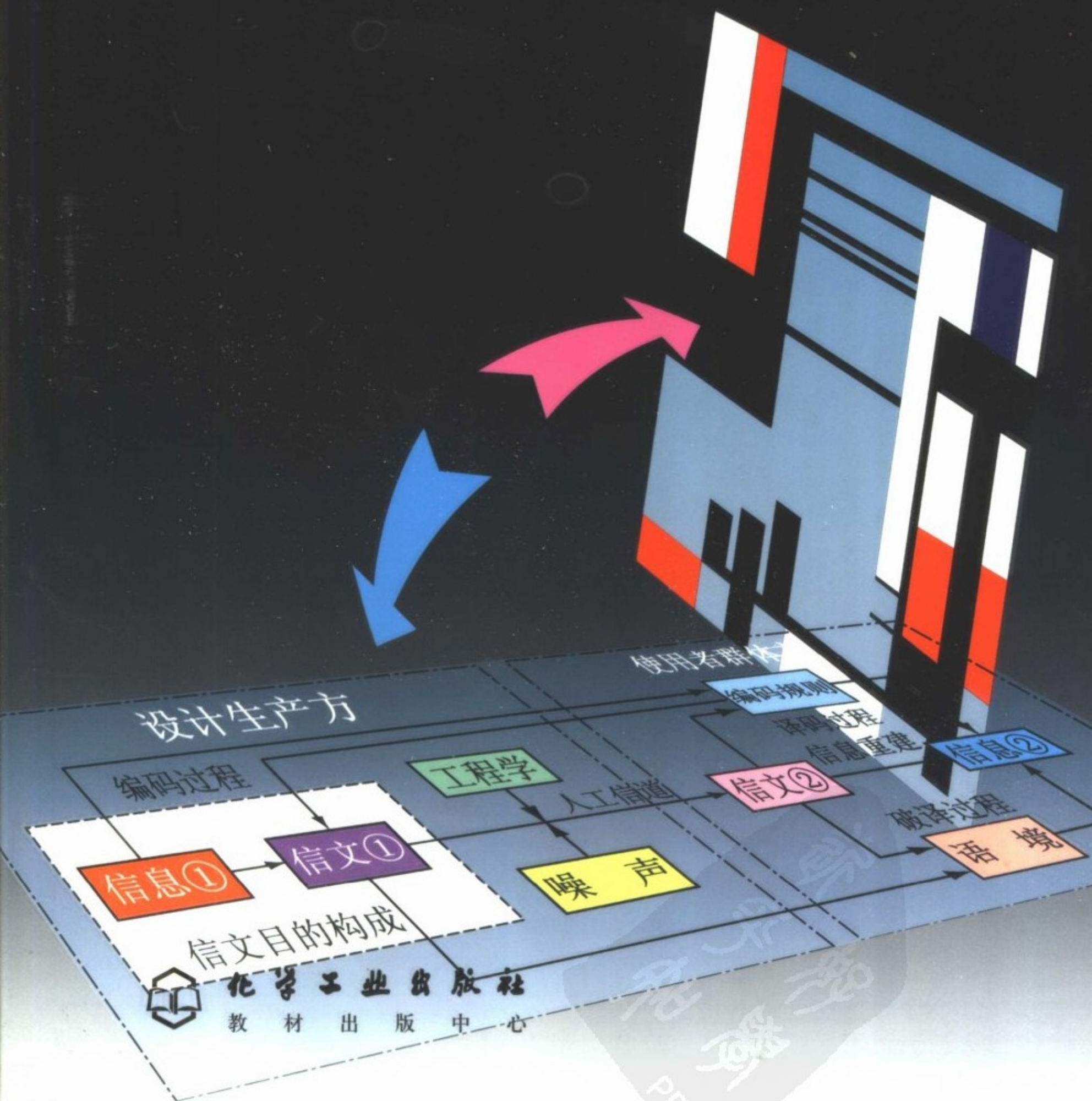


高等学校教材



# 设计符号学

张宪荣 著





● 工业设计专业规划教材 ●

产品模型制作

谢大康

设计色彩学

张宪荣 张 萱

产品设计原理

李亦文

基础设计

谢大康 刘向东

工业设计概论（中英双语）

黄毓瑜

设计形态语义学

陈慎任

设计符号学

张宪荣

网络化工业设计

黄毓瑜

设计图学

李 理

产品设计中的人机工程学

王继成

设计材料与加工工艺

张 锡

ISBN 7-5025-5355-X



9 787502 553555 >

ISBN 7-5025-5355-X/G · 1406 定价：39.00元



高等学校教材

# 设计符号学

张宪荣 著



化学工业出版社  
教材出版中心

· 北京 ·

张宪荣  
PDG



(京) 新登字 039 号

图书在版编目 (CIP) 数据

设计符号学/张宪荣著. —北京: 化学工业出版社, 2004. 3

高等学校教材

ISBN 7-5025-5355-X

I. 设… II. 张… III. 设计学 IV. TB21

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 020109 号

---

高等学校教材

设计符号学

张宪荣 著

责任编辑: 张建茹

责任校对: 陈 静

封面设计: 蒋艳君

\*

化学工业出版社 出版发行  
教材出版中心

(北京市朝阳区惠新里 3 号 邮政编码 100029)

发行电话: (010) 64982530

<http://www.cip.com.cn>

\*

新华书店北京发行所经销

北京管庄永胜印刷厂印刷

三河市海波装订厂装订

开本 787 毫米×1092 毫米 1/16 印张 16 $\frac{1}{4}$  彩插 4 字数 293 千字

2004 年 4 月第 1 版 2004 年 4 月北京第 1 次印刷

ISBN 7-5025-5355-X/G · 1406

定 价: 39.00 元

---

版权所有 违者必究

该书如有缺页、倒页、脱页者, 本社发行部负责退换

PDG



## 序

化学是研究物质的变化和规律的一门学科。设计是研究形态或样式的变化和规律的一门学科。一个是研究物质，包括从采掘和利用天然物质到人工创造和合成的化学物质；一个是研究非物质，包括功能和形态的生成，变化及其感受。有物质才有非物质，有物才有形，有形就有状，物作用于人的肉体，形作用于人的心灵。前者解决生存问题，实现人的生存价值；后者解决享受问题，实现人的享受价值。一句话，随着时代的进步，为人类不断创造一个和谐、美好的生活方式。

其实，人人都是设计师，人们都在自觉或不自觉地运用设计，在创造或改进周边的一切事与物，并作出判断和决定。设计是解决人与自然，人与社会，人与自身之间的种种矛盾，达到更高的探索、追求和创造。通过设计带给人们生活的意义和快乐。尤其在当今价值共存、多样化的时代下，设计可以使“形”获得更多的自由度，使物从“硬件”转变成与生活者心息相通的“软件”，这就是“从人的需要出发，又回归于人”的设计哲理。有人说设计就是梦，梦才是设计的原动力。人类的未来就是梦的未来。通过设计可以使人的梦想成真，可以实现以地球、生命、历史、人类的智慧为依据的对未来的想像。

化学工业出版社《工业设计》教材编写委员会成立于2002年10月。一开始就得到各有关院校的热情支持和积极参与。大家一致认为，设计教育的作用是让学生“懂”设计，而不只是“会”设计。这次确定的选题，许多都是自己多年设计教学实践的经验、总结和升华，是非常难能可贵的。经过编委会的讨论、交流，结合国内现有设计教材的现状，近期准备出版以下工业设计专业的教材或参考书：

- |                            |                              |
|----------------------------|------------------------------|
| 《产品模型制作》(福州大学谢大康)；         | 《工业设计概论》(中英双语)(北京航空航天大学黄毓瑜)； |
| 《产品设计原理》(深圳大学李亦文)；         | 《产品设计图学基础》(中国地质大学李理)；        |
| 《设计色彩学》(上海大学张宪荣)；          | 《设计中的人机分析与应用》(东华大学王继成)；      |
| 《基础设计》(福州大学谢大康，湖北美术学院刘向东)； | 《设计形态语义学》(上海理工大学陈慎任)；        |
| 《设计符号学》(上海大学张宪荣)；          | 《设计材料与加工工艺》(南京理工大学张锡)。       |
| 《网络化工业设计》(北京航空航天大学黄毓瑜)；    |                              |

以上工业设计专业教材及参考书的出版力求反映教材的时代性、科学性与实用性，同时扩大了设计教材的品种及提高了教材的质量。最后，我代表编委会感谢化学工业出版社的大力支持和帮助，使这套系列教材能尽快地与广大读者见面。

《工业设计》教材编写委员会

主任 程能林

2003年7月5日



# 前言

## (一)

自 20 世纪的下半叶以来，为了人文学科的科学化，一个既有历史渊源，又新兴不久的学科——符号学迅猛兴起蓬勃发展。嗣后，为了设计学科的科学化，国际设计学术界也开始在各自的设计领域注目于符号学的引进，终于蔚然成风。这一股风也微微地吹拂着中国大地，使人们注意到了——一个在这片大地上兴起不久的工业设计学科，竟然除了设计的操作之外还说不太清它究竟是一个怎样的学科。

不妨先用反证法来说明如下事实。工业设计当然不是一个工程的设计学科。不然既有了种种工程设计还何必再要一个什么工业设计呢？人们对于两者的不同也确实都能平心静气地给予首肯。那它难道就是一个艺术的设计学科吗？当然也不是！不然既有了艺术何必再要一个什么工业设计呢？但是，对这两者的不同毕竟有不少人未能也如此平静地给予同样的肯定。据说，甚至还有人唯恐工业设计被误解为与艺术无关坚持要在设计之前冠以“艺术”二字。照此办理，那么如果有人惟恐工业设计被误解为与工程无关，是否也能在设计之前冠以“工程”二字呢？设计本来就是一个大门类学科间的交叉学科。作为工业设计本来就是一个既与工程技术，又与艺术相关联，并且还与人类工程学与人文、社会科学也紧密关联着的交叉学科，是否都要把它们逐个冠于设计之前？这些都说明了正是我们自己对工业设计存在误解、缺乏认识。

工业设计究竟是一个怎样的学科？或者对人们来说如何才能使一个至今更多的还只是知道就如此操作、而如此操作的工业设计也建立起一个坚实的学科体系呢？其实，这样的学科体系早已在德、日等工业化国家的学术界存在，但不知为什么至今还是难以说出个究竟。于是，有人从史学的观点，有人从技术美学的观点，也有人终于注意到了早在一百多年前就已经开始探索工业设计的西方工业化国家学术界所瞩目的符号学可以用来剖析设计学科。或许正如西方学术界所认为的那样，它也能为设计学科理出头绪来，使设计也能被科学化为一个真正的学科。既然他们已经走在前头了，那么，作为后来者千万别一叶障目不见泰山；也千万别各取所需、断章取义。如孔子所言：“学而不思则罔，思而不学则殆！”即要防止盲目追随、学而不思，这将会迷失方向！更要防止徒见其表、思而不学，单凭其表面现象就按自己固有的思维模式来想像、塑造出一个工业设计之本来，那将会一无所得，或画饼充饥！既然符号学能为我们剥开事物的外表，透析出它的本质结构。那么就让我们深入地研究这个学科，让这股春风也给我们的工业设计学科带来春意吧！

其实早在 1987 年在我刚写完有关“工业设计理念与方法”的初稿以后不久，就有人向笔者提出建议，写一本有关符号学的书。以当时的我哪能斗胆敢写这样一本书呢？但这却成了我的一个挥之不去的夙愿。自那时以来我终于下了决心，决定更系统地学习一下符号学。这才发现中国介绍符号学的译著不仅是这样的少，还如我的同仁们所说的那



样简直是难读的天书。大概至今凡初次涉足符号学的人们还仍不断地发出同样的惊呼！正由于这样的现状，也妨碍了人们将符号学在设计中的正确应用。正是这一切激励着笔者迎向这一挑战。

## （二）

借助又一次长期在国外逗留、有了更多接触原著的机会，迎来了自己符号学学习的热潮。回国后，又开始结合设计学科投入有关设计符号学的研究，并编写了一个设计符号学大纲，还在几所大学中对本科生与研究生授了课。从而也接受到了种种不同观点的挑战，特别是各种相反观点的质疑，使我能更加全面地用符号学的观点来思考设计认识论与方法论等学术问题。本书就是将这多年的学习与研究工作中所积累的成果，变成有关设计部门符号学的著述。

编写本书的根本目的虽然并不在于论述符号学本身，而是利用符号学的观点与方法来解决设计学科的认识论与方法论等问题。但是鉴于符号学本身的难解、难懂，如不阐明符号学本身的基本理论、徒见其表、不及其本的话，就必然会带来对符号学的不甚确切的引用，可能还会造成设计学科认识论与方法论上的混乱。所以，全书分两篇分别论述符号学的基础与符号学在设计中的应用。

其中第1篇是符号学的基础篇，它由第2、第3与第4等三章构成。在第2章中以语言符号为例说明符号的传达作用、传达的分类与符号学的分类；在第3章中阐明了一般符号的性质与分类，一般符号系统的编码规则与系统的特性；在第3章中阐明了符号在人类文化创造中的作用，文化符号的结构、功能、编码性质与信文类型，还重点阐明了艺术编码的性质与特点。在这一篇中除了照顾上述符号学的系统性之外，还着重强调了符号学中四组极其重要的二分法概念：这就是能指与所指；语言与言语；外延与内涵；横组合关系与纵聚合关系。这四组概念不仅是符号学本身的重要概念，并在阐明设计的认识论与方法论的问题时也是重要的概念，有重要的应用。

第2篇是本书主要目的之所在，是设计符号学的应用篇。它由第5、第6与第7等三章构成。在第5章中阐明了现代设计各学科的分类及其符号性质与功能；设计传达中以实用价值为主，象征价值为辅的文化价值；基于群体生理与心理认知特性、地域文化等的设计语义学规则，依存于功能、人·物关系、材料物性、生产工艺等的设计外界依存型语构；设计的目的构成；设计信道的作用、分类及噪声的抑制，以及与设计专业领域划分的关系等设计学科的本质特征。在第6章中对工业设计的步骤与方法进行了符号学的审视；以办公家具为例进行了设计方法论的说明；并随若干热门的话题与思维方法进行了符号学的探讨。在第7章中详尽地分析了自由艺术与工业设计、工程设计与工业设计、传统设计与现代设计之间符号学性质的异同，进一步对工业设计学科性质进行了符号学的审视，以设计学科性质与设计教学应有形态的深入探讨结束全书。

为了弄清什么是符号学，符号学在现代诸如人文学科等学科发展中的作用，符号学发展的来龙去脉以及工业设计学科中研究符号学的根本目的等，本书在进入符号学的深入探讨之前在篇前加了第一章作为概论。

为了进一步弄清设计学科究竟应有怎样的学科本质、应有怎样的学科知识结构，本书在篇末加了附录，以国际工业化国家的经验为鉴，来审视自己在设计教育中所存在的问题。

### (三)

符号学确实是一个较为难解的学科。之所以会令人费解，其原因是多方面的。首先确实是在于它内容的严谨性，也在于对该学科表达的晦涩性，更在于它作为一切文化现象的逻辑学的特性，在于寄托于它的实现人文学科科学化的使命。使这些既不是语言学家，又不是哲学家的平民百姓望而却步。

然而这本设计符号学不是给语言学家、哲学家们去见笑的作品，而是为从事设计教学的师生们与从事设计活动的设计师们，解决他们在对设计的认识与方法上的问题而撰写的。所以笔者不想用过于晦涩的语言去强调过于严谨的系统，只想用平易的语言去解决设计中的实际问题，这就是撰写本书的初衷。

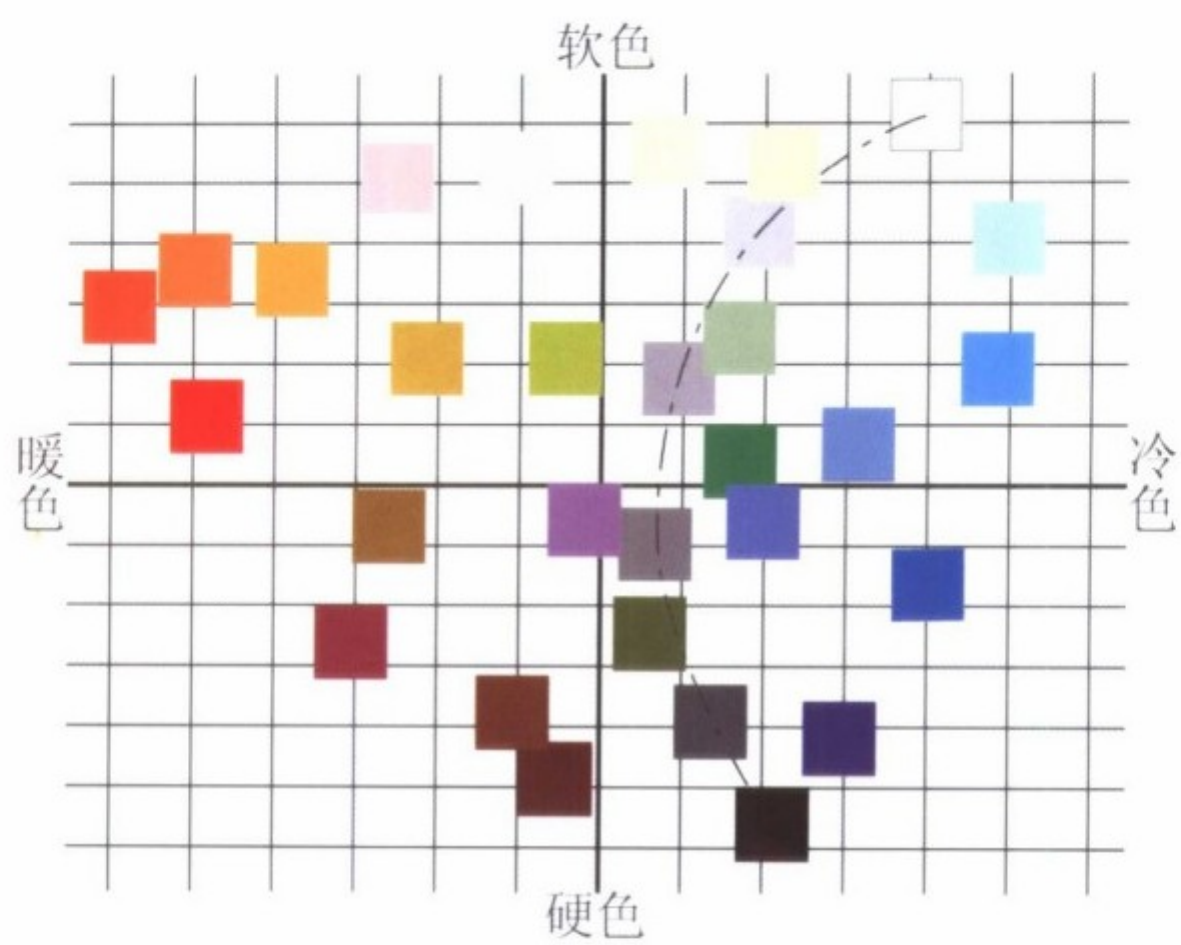
尽管如此，但毕竟由于学科性质所致，或许读者对阅读本书仍抱几分不安。为使读者能更顺利地阅读本书，笔者建议，凡是从事设计教育的教师们，望能仔细阅读本书的全部内容，特别是基础篇的内容。因为该篇更多的汇总了前人较为成熟的成果，虽然这些并不直接针对设计，但这是设计符号学应用的基点。对基础篇的掌握，将有利于进一步与笔者共同研讨设计的符号学问题、或有利于利用符号学的观点开展设计学科的学术研究。但是作为正在接受设计教育的本科生及从事设计活动的设计师们可以暂不去钻研标题上带有“\*”的内容，以便尽快地进入直接与设计相关联问题的研究。

在本书的撰写过程中，得到了工业设计学会的同仁们、上海美学学会的同仁们、化学工业出版社及工业设计专业教材编写委员会的全体同仁们，乃至从未谋面的读者们的鞭策与帮助，才能使笔者在短短的数月间整理完毕全部书稿、插图以付出版。值此上梓之际，谨向给予关心与帮助的贤哲们表示衷心的感谢。本书的出版只能说笔者所炼的这块设计符号学之“砖”已经初具形态，今天就此抛向各位读者以遂“引玉”之愿。如能引起读者们的广泛关心与讨论，甚至若能给读者以帮助与启迪的话，那将令我感到莫大的幸福。书中难免有不妥之处、乃至错误，恳请读者诸君不吝赐教。

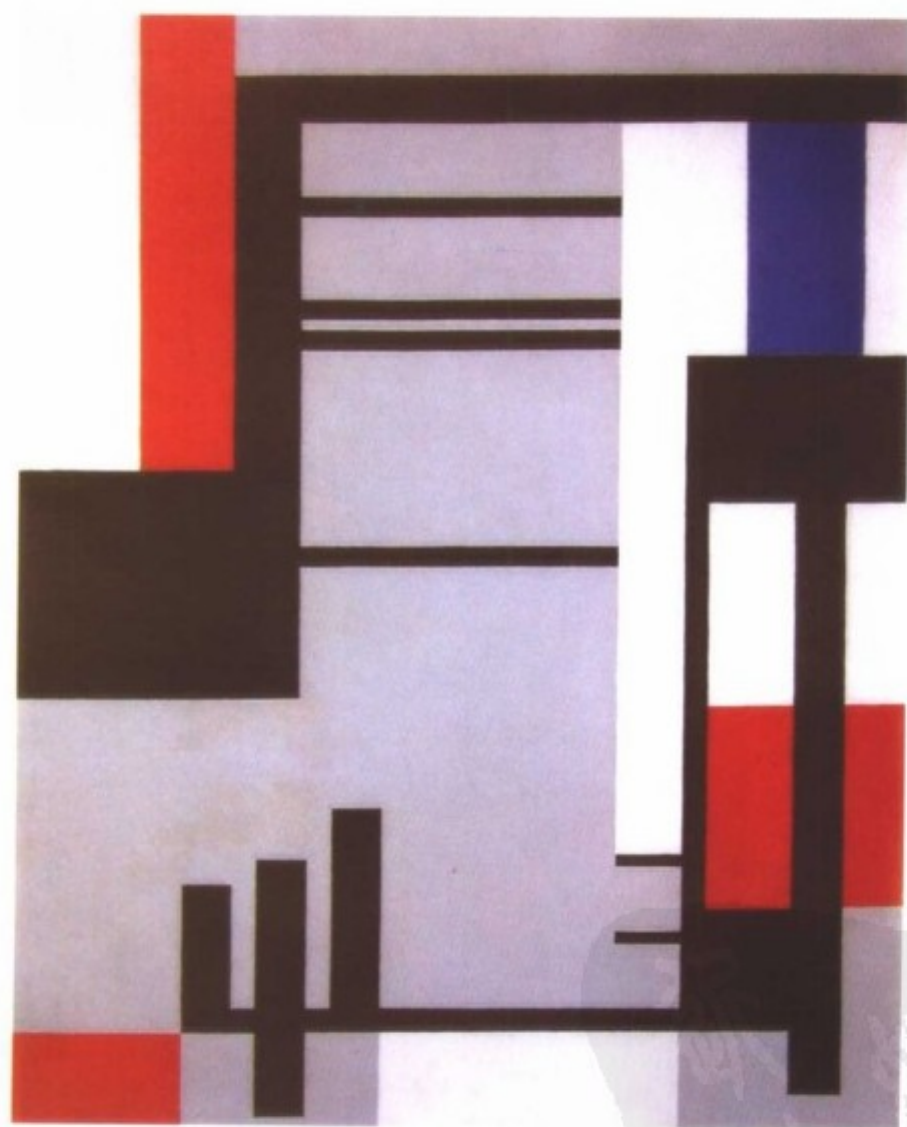
张宪荣

2004年1月30日识于上海大学





彩图3-1 冷暖—硬软语义空间



彩图4-1 埃里翁《直交的构成》

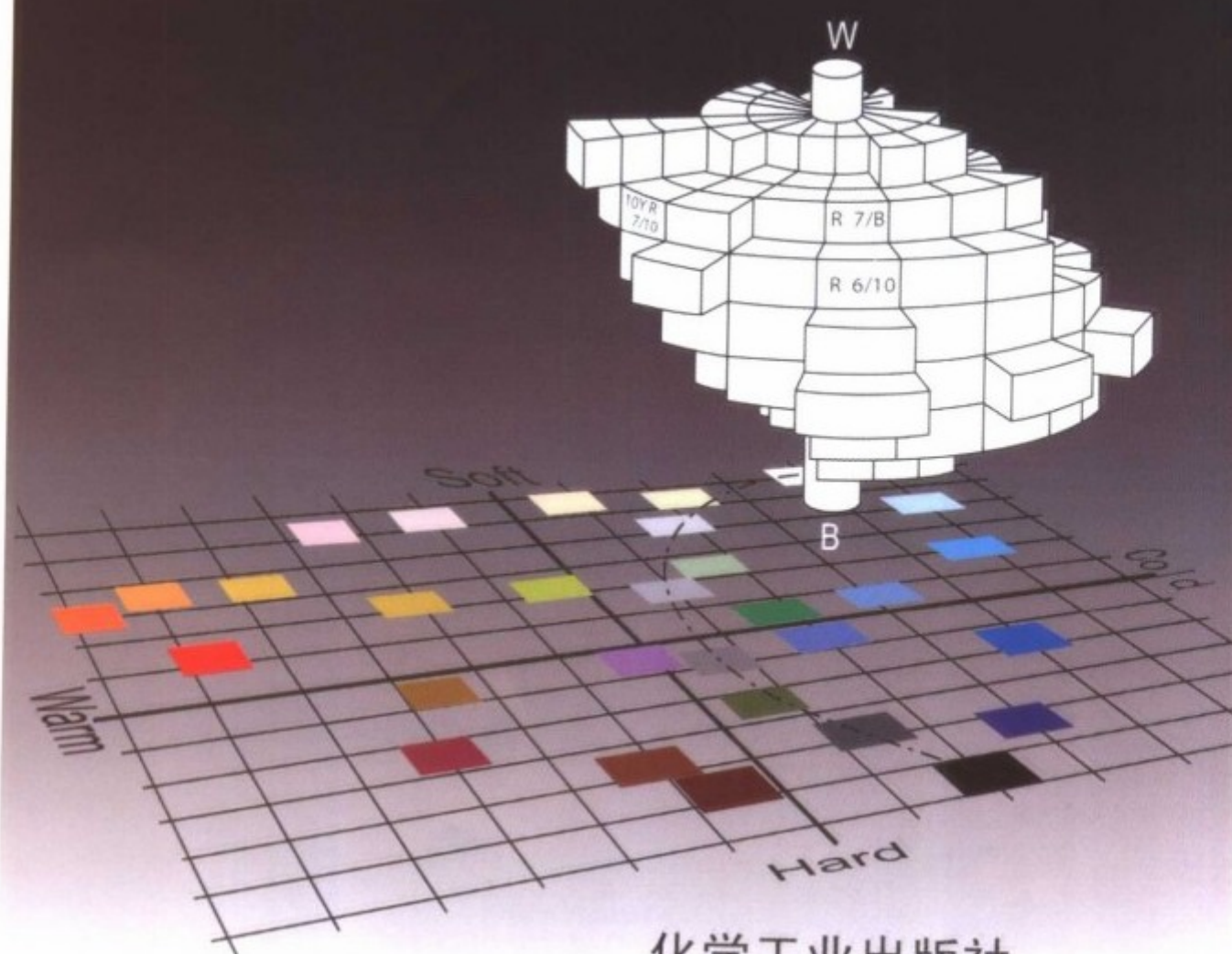
天知夢  
PDG



高等学校教材

# 设计色彩学

张宪荣 张萱 著



化学工业出版社  
教材出版中心

彩图4-2 设计的信文



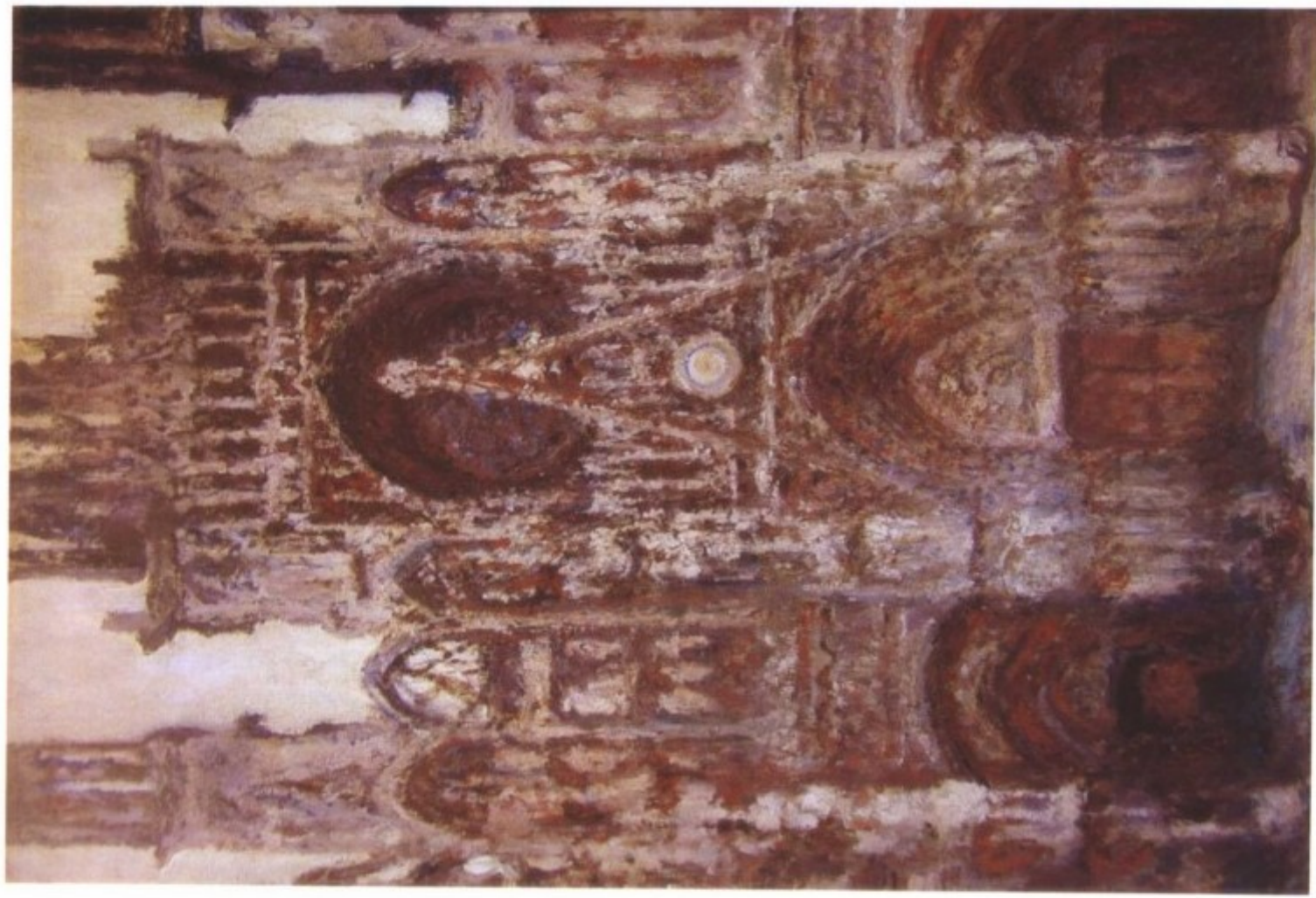
彩图4-3 交通指示牌及其语义

PDG





彩图4-4 大卫特《塞利加夫人与儿子》



彩图4-5 莫奈《褐色的和声》





彩图4-6 塞尚《夏特诺瓦尔岩场》



彩图4-7 凡·高《阿莱城的女人》





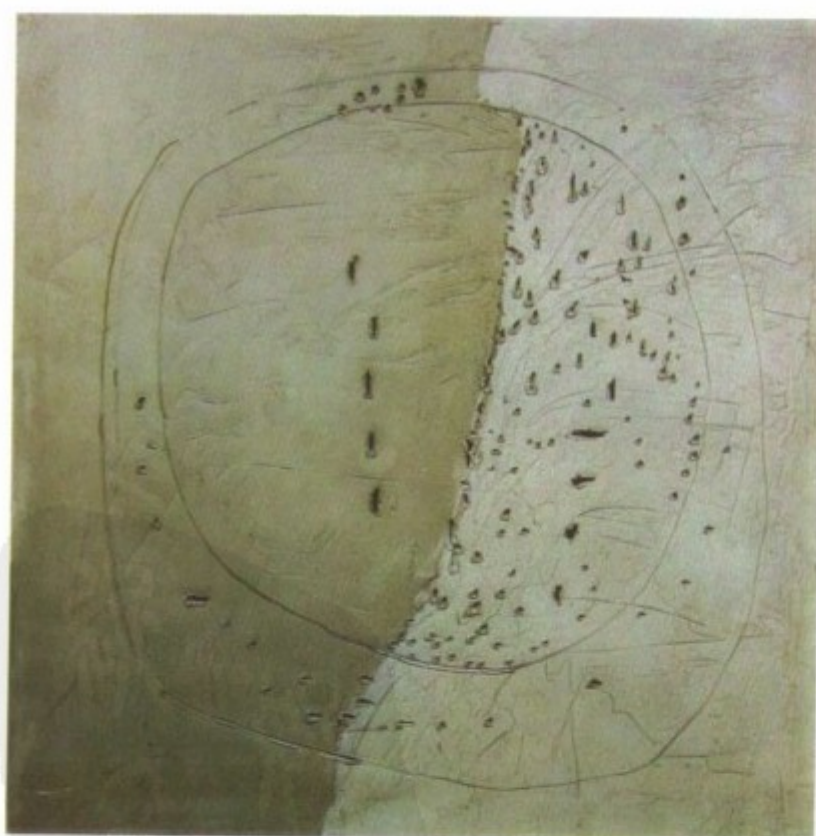
彩图4-8 马蒂斯《豪奢1》



彩图4-9 康定斯基《黄红青》



彩图4-10 德洛涅《电晕》



彩图4-11 冯塔纳《空间概念》

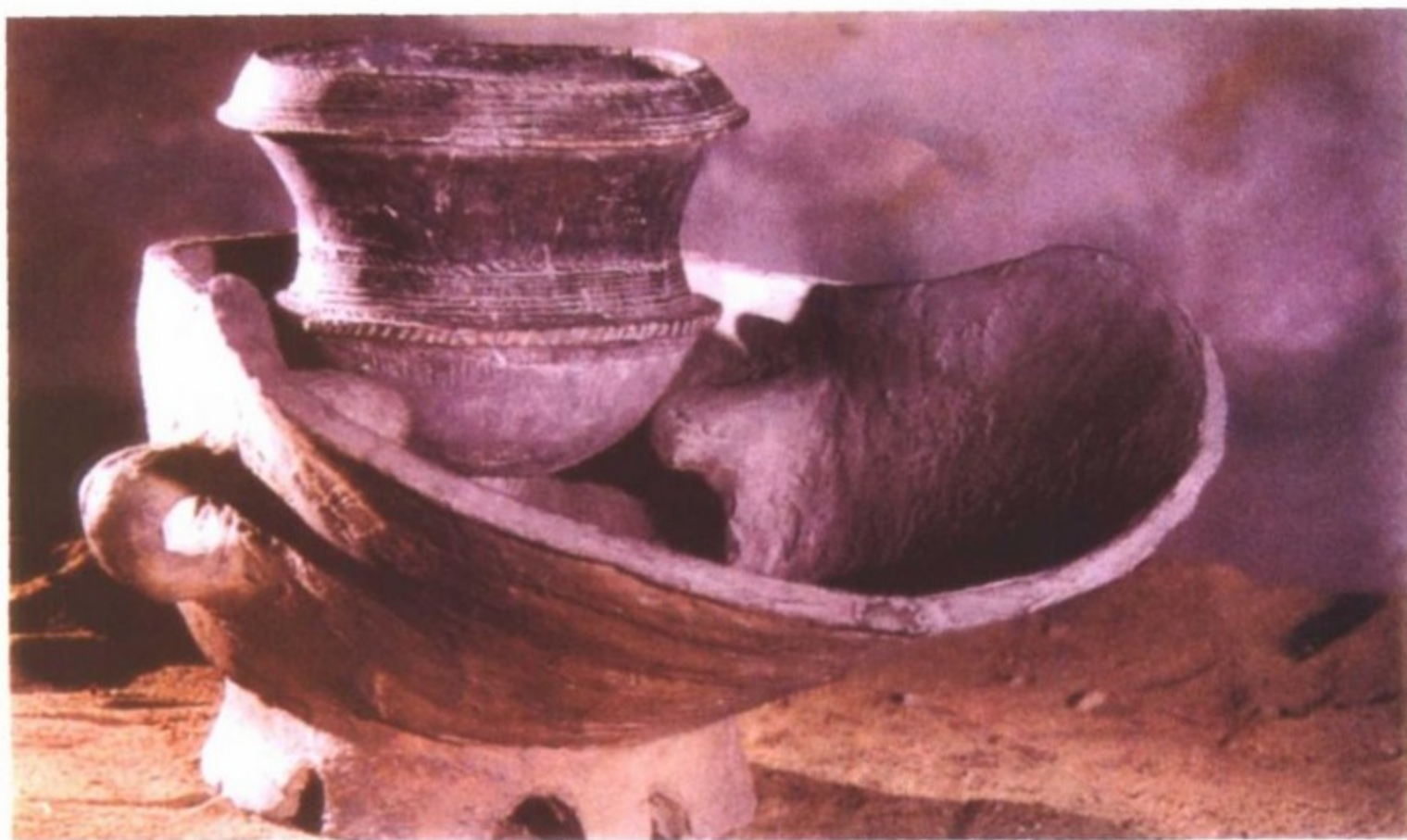




(1) 尖底瓶（仰韶文化）



(2) 陶鬯（大汶口文化）



(3) 陶炉灶（河姆渡文化）

彩图5-1 “用”“美”结合的古代手工艺文明



彩图5-2 漆豆



彩图5-3 司母戊方鼎

新平知

知平新

PDG





彩图5-4 蟠虺纹鬲



彩图5-5 上海外滩文艺复兴式的建筑

# 目 录

第 1 章 绪论 .....	1
1.1 人类的本性与符号的作用 .....	1
1.1.1 人类的本性 .....	1
1.1.2 符号在文化创造中的作用 .....	1
1.2 何谓符号学 (Semiotics) .....	2
1.2.1 什么是符号学 .....	2
1.2.2 符号学的研究内容 .....	2
1.3 符号理论的发展简史 .....	4
1.3.1 古希腊时代 .....	4
1.3.2 罗马与中世纪时期 .....	5
1.3.3 近现代 .....	5
1.3.4 东方的符号学 .....	6
1.4 设计学科中研究符号学的目的 .....	7
1.4.1 解决工业设计学科认识论的问题 .....	7
1.4.2 中国工业设计教育的现状 .....	9
1.4.3 研究符号学的目的 .....	10

## 第 1 篇 基础符号学

第 2 章 语言符号的传达 .....	12
2.1 符号 .....	12
2.1.1 什么是交换 .....	13
2.1.2 什么是传达 (Communication) .....	13
2.1.3 传达的条件 .....	15
2.1.4 什么是符号 (Symbol) .....	16
2.2 符号过程与创造作用 .....	19
2.2.1 符号过程 (Semiosis) 与意指作用 (Signification) .....	19
2.2.2 符号的赋义、赋值 .....	19
2.2.3 语言的作用 .....	21
2.2.4 语言符号的束缚与创造 .....	22
2.3 语言传达的构成 .....	23
2.3.1 传达的基本过程 .....	23
2.3.2 传达的构成要素 .....	24
2.3.3 信息与信文 (Information & Message) .....	26
2.3.4 编码过程与解码过程 (Encoding & Decoding) .....	27

2.3.5 符号的系统 (System)、规则 (Code) 与语境 (Context)	28
2.4 语言传达的类型	29
2.4.1 传达的类型	29
2.4.2 理想的传达与非理想的传达	32
2.4.3 解码与“破译”	32
2.4.4 编码与传达的主体性	34
2.5 符号学的领域与性质	35
2.6 小结	35
思考与练习	36
<b>第3章 符号的语义与语构</b>	<b>37</b>
3.1 一般符号的性质与特点	37
3.1.1 交流的链接关系	37
3.1.2 符号的实体与形式	38
3.1.3 符号实体的存在性	39
3.1.4 符号形式的认知性	40
3.1.5 符号的动机 (Motivation)	43
3.1.6 符号的分节 (Articulation) 与价值 (Value)	46
3.1.7 符号的形成来源	49
3.1.8 符号的分类	49
3.1.9 能指与所指的非对称性	50
3.2 符号系统的语义学规则	50
3.2.1 符号内容	50
3.2.2 语义三角形	51
3.2.3 虚指示物	52
3.2.4 明示义与暗示义——外延与内涵	53
3.3 符号系统的语构学规则	54
3.3.1 语构学规则的作用与特点	54
3.3.2 语构规则的条件与作用	56
3.3.3 语构排列的时空形式	56
3.3.4 横组合关系与纵聚合关系	57
3.3.5 惯用型现象	59
3.4 文本	60
3.4.1 闭锁世界与非闭锁世界	60
3.4.2 文本语构规则 *	60
3.4.3 规则的约束力与语境的作用 *	61
3.5 语言与言语	62
3.5.1 语言与言语的差异	62
3.5.2 语言 (Langue)	63
3.5.3 言语 (Parole)	63



3.5.4 语言与言语的关系 .....	64
思考与练习 .....	64
<b>第4章 文化符号学</b> .....	66
4.1 非语言符号的功能与结构 .....	66
4.1.1 两种特征对立的功能 (Function) .....	66
4.1.2 非语言符号的结构 .....	71
4.2 对立的符号系统 .....	72
4.2.1 符号的外延 (Denotation) 与内涵 (Connotation) .....	72
4.2.2 两种特征对立的符号 .....	74
4.2.3 符号美学功能的公式化 .....	79
4.3 文化符号学 .....	80
4.3.1 从语言到文化 .....	80
4.3.2 文化对象的符号内容 .....	81
4.3.3 文化的意义举例 .....	82
4.3.4 非语言文化符号学 .....	85
4.4 科学编码 * .....	88
4.4.1 科学符号的功能 .....	88
4.4.2 科学编码的符号性质 .....	89
4.4.3 科学信文的分类 .....	89
4.4.4 认识论编码 .....	89
4.5 艺术编码 .....	90
4.5.1 艺术符号的形式特征 .....	90
4.5.2 艺术符号的构成特征 .....	91
4.5.3 艺术符号的编码特征 .....	92
4.5.4 艺术信文的特征 .....	93
4.5.5 审美信文中规则与信文的紧张关系 .....	94
4.5.6 艺术的“传达”模式 .....	95
4.6 社会编码 .....	98
4.6.1 社会编码的作用 .....	98
4.6.2 社会符号类型及其性质 .....	99
思考与练习 .....	101

## 第2篇 应用篇

<b>第5章 设计的符号与文化价值</b> .....	103
5.1 设计的分类 .....	103
5.1.1 设计与文化 .....	103
5.1.2 设计领域按需求的划分 .....	103
5.1.3 设计领域按工艺特点的划分 .....	107
5.1.4 设计按应用的分类 .....	110

5.2 设计的符号功能与符号特征 .....	112
5.2.1 设计信文的意义——文化价值 .....	113
5.2.2 设计符号的功能 .....	117
5.2.3 设计符号的实体及其存在性 .....	120
5.2.4 设计符号形式及其认知性 .....	121
5.2.5 设计符号的编码性质 .....	123
5.2.6 设计符号的动机性 .....	124
5.2.7 设计符号的分节性 .....	124
5.3 设计的传达 .....	125
5.3.1 设计的传达要素 .....	125
5.3.2 设计的传达过程 .....	126
5.3.3 设计符号的编码规则 .....	129
5.3.4 信道技术及噪声的抑制 .....	135
5.3.5 产品目的构成方法研究 .....	139
思考与练习 .....	140
<b>第6章 设计符号学方法论</b> .....	142
6.1 设计步骤与方法的符号学审视 .....	142
6.1.1 设计调查 .....	142
6.1.2 调查的数据处理 .....	146
6.1.3 概念设计 .....	150
6.1.4 操作设计 .....	152
6.1.5 工艺设计、投产与销售 .....	155
6.1.6 追踪调查与动态调查 .....	155
6.1.7 小结 .....	156
6.2 办公家具设计举例 .....	157
6.2.1 办公家具与书写文化 .....	157
6.2.2 人与办公家具设计 .....	161
6.2.3 办公家具实用价值的确定 .....	162
6.2.4 办公家具设计的编码规则 .....	163
6.2.5 人类工程学的思考 .....	169
6.2.6 办公家具的目的构成 .....	174
6.2.7 家具的语境 .....	180
6.2.8 办公家具的信道媒体 .....	182
6.3 若干设计思维的再认识 .....	184
6.3.1 产品中文化价值的创造 .....	184
6.3.2 规则的严密性与创造的丰富性 .....	190
6.4 传统设计对象象征价值的再认识 .....	194
6.4.1 鼎与鬲孰美孰丑 .....	194
6.4.2 青铜鼎与陶鼎 .....	195

6.4.3 仰韶文化汲水器说了些什么 .....	196
6.4.4 技术美的再认识 .....	198
思考与练习 .....	199
<b>第7章 若干问题的符号学审视 *</b> .....	201
7.1 产品设计与造型艺术的异同 .....	201
7.1.1 产品设计为何易与造型艺术混淆 .....	201
7.1.2 文化价值的根本差异 .....	203
7.1.3 符号功能的对立 .....	204
7.1.4 编码规则的根本差异 .....	204
7.1.5 构成方式的根本差异 .....	206
7.1.6 符号性质的根本差异 .....	207
7.1.7 传达类型的根本差异 .....	207
7.1.8 传达主体性的根本差异 .....	209
7.1.9 信道性质的根本差异 .....	209
7.1.10 小结 .....	210
7.2 工业设计与工程设计的异同 .....	211
7.2.1 两者被异化的原因 .....	211
7.2.2 文化价值的异同 .....	211
7.2.3 编码规则的异同 .....	212
7.2.4 构成方式的异同 .....	213
7.2.5 传达类型的异同 .....	214
7.2.6 符号感知性的差异 .....	214
7.2.7 传达主体性的相同 .....	215
7.2.8 信道性质的相同 .....	215
7.2.9 小结 .....	215
7.3 现代设计与传统设计的异同 .....	216
7.3.1 价值观的错位 .....	216
7.3.2 文化价值的异化 .....	217
7.3.3 编码规则的根本差异 .....	218
7.3.4 构成方式的根本差异 .....	219
7.3.5 符号感知性的根本差异 .....	220
7.3.6 编码性质的根本差异 .....	221
7.3.7 传达类型的差异 .....	221
7.3.8 传达主体性的根本差异 .....	221
7.3.9 信道性质的根本差异 .....	222
7.3.10 小结 .....	222
7.4 工业设计学科性质的符号学审视 .....	223
7.4.1 学科性质 .....	223
7.4.2 美学性质 .....	225



7.4.3 设计的本质 ..... 228

7.4.4 工业设计教育 ..... 229

思考与练习 ..... 232

附录 国外设计学科的课程设置举例 ..... 233

1. 课程设置的特点 ..... 233

2. 公共课 ..... 233

3. 学科基础课 ..... 234

4. 专业课 ..... 235

术语索引 ..... 241

参考文献 ..... 243



## 第1章 绪 论

### 1.1 人类的本性与符号的作用

#### 1.1.1 人类的本性

人类经过了漫长的进化历程，造就了现代人所特有的资质。人类摆脱动物界的最大标志不仅在于出现了直立行走、手脚的分工等资质，最根本的还在于人类创造了语言、创造了工具与一切人造之物。从此人类不仅有了对思想、感情与信息等抽象内容进行思维、表现与传达的可能，并且还能以一切人造物为界面、不再直接以赤条条之身无援地面对严酷的自然。从此人类就与动物界分道扬镳，不再像动物那样被牢牢束缚于自身的本能，被牢牢束缚于第一性的自然界。

人类在整个漫长的进化历程中为了取得更大的自由，始终不断地进行着以自身的主体性对周围世界的赋义、赋值活动，不断使之秩序化、构造化。将一个人类完全不具主体性的自然世界出色地转化为一个人类具有主体性的文化的世界。从而在一个现实世界的基面上创造出一个与现实世界平行的“虚拟世界”，一个文化的世界。人类的生活也不再仅仅停留于第一性的自然界，而可以自由地驰骋于自己所创造的文化世界，即一个平行于自然界的“虚拟世界”。

而这个文化世界，就是以各类符号为“材料”所构筑起来的种种符号系统。语言既是一切符号系统的主样式，也是创造这个“虚拟世界”的重要基石。所创造的这个“虚拟世界”就像计算机“虚拟现实”一样，只不过计算机的“虚拟现实”表现为感性的、直观的人机互动的形式，而文化的“虚拟世界”还能表现为理性的、抽象的人际互动的形式而已。所以连“虚拟现实”也是人类所创造的“虚拟世界”的构成之一。

可以说人类是在各个方面不断地对未知世界进行探索，使之实现构造化的“动物”，也是不断地使用自己所创造的一切符号的“动物”。正因为如此，人类才能在各个方面超越自身的界限，获得无限的自由。从一个闭锁人类的“必然王国”步向具有主体性的“自由王国”。创造符号，并使用符号是人类在长期进化中所形成的特有的本性。

#### 1.1.2 符号在文化创造中的作用

语言之所以成为符号，是由于语言既有存在于物理世界的形式，即语音，又有与语音紧密结合的抽象的内容，即语义。所以语言成了构筑虚拟世界的基石。与语言一样，一切有物理存在形式的文化对象也有与之相对应的抽象的意义，所以它们也是符号，也是构筑虚拟世界的

基石。

如前所述，人类正是用这些符号构筑了一个自身所创造的、与现实世界平行的文化世界，一个符号的虚拟世界。语言是如此，科学技术、文学艺术也是如此，伦理道德等等也无不如此。符号具有确认、维持已产生的文化性秩序的功能；具有高效处理新事物、把握其价值、将之编入秩序化世界的功能；具有能创造超越现实的“虚拟世界”的功能；还具有传达的功能和审美的功能等等。

正如前面所说，符号不仅是构筑虚拟世界文化大厦的“基础与砖石”，符号系统还深刻地阐明了一切文化系统的本质，勾勒出了文化系统的结构。根据它在文化创造中的出色作用，而被誉为一切文化现象的逻辑学。现代西方世界之所以率先进行系统化地研究符号学这一课题，它的作用还在于它能使一切人文学科科学化。

### 1.2 何谓符号学 (Semiotics)

#### 1.2.1 什么是符号学

在日常生活中，常常会听到或看到“符号”这个词。一般的概念里往往都是为了方便起见用一个简单的代号来代替另一个复杂的对象或概念而已。如地图上常用“+”代替该处是医院，用红色的★代替该处是党、政机关所在地；在数学里这样的符号更是比比皆是， $\equiv$ 、 $\neq$ 、 $\leq$ 、 $\geq$ 、 $\cap$ 、 $\cup$ 、 $\in$ 、 $\lceil$ 、 $\S$ 等等不胜枚举；甚至在考试的考卷上也常有：“请将正确答案的相应号码填入该题后面的括弧中”，这个号码也就是上面所说的代号。

那么什么是符号学呢？难道这些杂乱的符号代码中也有什么学问吗？当然，符号学所研究的可不是研究这种散见在各处的记号代码的什么学问，而是研究系统化符号的学问。所以，首先得给符号学的符号一些必要的规定。简单地说，它是系统化地被人类利用来传达的或类似于传达的意指作用的符号。比如说语言就是这样的符号，人们可以利用语言来构成一个完整的传达系统。有时，遇到不想或不宜挑明了说的时候，人们往往还会利用似是而非的词语来构成暗示这不宜挑明事件的意指作用。由此看来，语言是一种符号系统，并且众多的文化现象往往与语言有类似作用，似乎还可以将他们视为一种特殊形式的语言。所以说符号学是研究人类一切文化现象中的符号理论，而绝不是研究日常生活中的姑且代用的东西。这里似乎说得过于简单，但也只能如此，初次接触符号学的读者若要进一步搞清什么是符号学那还得请各位耐心地一读本书。

#### 1.2.2 符号学的研究内容

符号学究竟要研究哪些内容呢？为了以后了解的方便起见，对于初学者来说先作一个简单的交代可能是必要的。这一学科的核心是研究一个由符号实现的传达作用或由符号实现的意指作用的系统。但是想在这



里用三言两语就说清它的研究内容则是笔者难以胜任的，不妨先列表1-1指明本书将要介绍的有关基础符号学本身的种种问题。

表 1-1 基础符号学的基本内容

符号的作用	符号的传达作用	传达要素		发信人
				收信人
				符号
				信道(媒体)
				规则(Code)
				信文
		传达过程	信文构成	编码过程
			信息重建	译码过程
		传达类型		规则依存型
				语境依存型
	共存型			
符号的意指作用	正在形成的符号			
	破译过程			
符号的性质	符号实体	物理的存在性		
	符号形式	传达的感知性		
		生成的动机性		
		分节性		
符号的编码性质	科学编码			
	艺术编码			
	共存型编码(社会编码)			
符号功能	实用功能			
	美学功能			
符号学的组成领域	语义学			
	语构学			
	语用学			
符号的语构关系	无句法			
	有句法	时间句法		
		空间句法		
		混合句法		
符号的二分法	语言与言语			
二分法	能指与所指			
	外延与内涵			
	横组合与纵聚合			

不难看出，这些问题在很大程度上与语言学有非常相似之处。这是

由于语言不仅是符号系统，还是符号系统的主样式，并且也是人们最了解的、最熟悉的符号系统。所以，在阐明符号系统时往往有意地借助语言系统来展开也是理所当然的。所以这一表中的内容就是本书基础篇中的主要研究对象。

符号系统几乎还可以扩及到人类所创造的一切文化领域。在对这些领域的认识论与方法论的探讨上都能起到组织科学的作用，所以各个领域的专家学者都纷纷深入展开符号学的研究，从而产生了众多的符号学分支。至少可以列举出如表 1-2 所示的各种符号学分支。

表 1-2 符号学的分支

符号学分支	语言符号学	语言的视点出发
		涉及的面最宽最全最典型
	艺术符号学	意指作用的符号学
	哲学符号学	
	社会符号学	
	文化符号学	一般符号学
	部门符号学	实用符号学

由于在各个文化领域几乎都有非常出色的专家学者们在开展着同样非常出色的工作，并且他们又都是各个领域的顶尖高手，所以他们对符号学的阐释也都多多少少地打上了固有领域研究的烙印。这一点是每个准备踏入符号学研究的人们所不得不引起注意的。

1.3 符号理论的发展简史

符号学在 20 世纪 60 年代以来，在西方国家如雨后春笋般地得到迅猛发展，并迅速地波及各个学科领域。学者们认定它能使人文学科得以科学化，能使不同学科间取得了结构上的共同规律。但是，符号学并不是 20 世纪 60 年代突然冒出来的学科，其实它的发展历史在西方可以追溯到古希腊时代，而在东方则可以追溯到夏、商、周三代。

1.3.1 古希腊时代

早在公元前 4、5 世纪之交，苏格拉底与持实用主义世俗立场、传授诡辩术辩论技巧的智者派之间的诘难式的哲学对话中，就反映出了他那追求真理基本语义的诘难所具有的纯符号学价值。在事实上这也就成为此后两千多年来人类语义分析这棵大树的萌芽。

到了公元前 4 世纪，古希腊最渊博的学者亚里士多德提出的三段论法的逻辑推理与句法理论，也与符号理论发生重要的直接关联。从符号学的角度来看，他在“解释篇”中就已经意识到符号、意义、对象这一意指作用的三要素，并提出了词是灵魂激情的象征之说。在“范畴篇”的研究中对经验世界进行了分层语义切分和归类的系统探讨，更明显的



具有了语义学的重要性。此外他还讨论了修辞学与诗学等风格性符号内涵语义的问题。

到了公元前3世纪，是古希腊社会经历巨变的时代，也是学术上百家争鸣的时期。出现了像斯多葛学派等众多的学派。在有关符号学的研究方面他们分别注重逻辑学三段论法的符号化；关注符号推论的性质与方式问题；系统地探讨了传统的语法理论；关注非语言符号的性质与推理问题，提出了符号由载体与所指内容、所指对象结合的语义三角形；并正式提出了由自然符号形成的意指关系与由语言符号形成的意指关系所具有的平行性，使语义问题的讨论更加精密。

### 1.3.2 罗马与中世纪时期

罗马时期的学术更大程度地趋向实用化。以西塞罗为代表的学者们散在于语言学、修辞学与逻辑学中的符号研究具有偏重于技术性与科学性的特征；语言符号、非语言符号及其推论得到了普遍的研究。还进行了对符号分类的研究：按逻辑推论将符号分为必然符号与或然符号；按符号来源将符号分为事实符号与神意符号；并与当时最具特征的基督教神学相结合大幅度地转向了语义学的研究。

到了中世纪的基督教神学时期，教会的力量空前膨胀，介入到了各个领域的学术研究中。公元4、5世纪之交的奥古斯丁时期，因神学特殊性决定了他的符号学研究存在内在论或内省论的倾向；并按符号内容与符号形式的关联方式，将符号分为自然符号和约定符号；按符号的语义功能将符号分为直意符号和喻意符号。但是，符号语义领域的研究主要地仅仅指向精神世界与神的世界，这也是这一时代的必然。

11世纪之后的中世纪后期增强了哲学、神学中的理性精神，重点在于对意指作用与语义学的研究，这时符号研究依附于哲学。这一时期的代表人物有安塞伦（1033～1109）、阿奎纳（1225～1274）与奥坎（1285～1349）等等。

### 1.3.3 近现代

文艺复兴时期以来的近现代，科学思想为新符号学的产生准备了全面的条件，使符号学的研究与各相关学科的成果无法分割。出现了众多典型的符号学研究领域与研究的代表人物。如笛卡尔的理性方法论与语法分析的研究；莱布尼兹的现代数理逻辑（符号逻辑）与定量思维结构的符号化研究；布尔的逻辑数理分析（布尔代数）与符号过程的自身规律的研究。皮尔斯则呼吁建立符号学这一新科学，在自己的研究中论述了意指作用与各意指系统间的可调换性，强调了物质范畴内关系的逻辑功能，从而使自己成为现代符号学的奠基人之一；索绪尔则作为一个系统研究语言活动的语言学家，重点寻找语言系统的特定性，即符号的恣意性，符号是能指与所指的结合体等，这并非简单的形式化，而是充分强调了语言的社会功能；卡尔普纳则提出了将语言学分为语义学、语构学与语用学三个领域的思想；莫里斯则将符号学设想为象征性的（美

学、认知社会学与心理学) 综合科学、并提出了符号学在各学科领域中承担着“组织科学”的角色, 使之成为人文学科科学化的重要手段。从此也就展开了如表 1-3 所示的各个部门符号学的研究。

表 1-3 符号学研究的典型领域与代表人物

符号学研究领域		代 表 人 物
逻辑符号学		笛卡尔、莱布尼兹、布尔
一般符号学		艾柯、莫里斯、希比奥克、格雷马斯
语言符号学		索绪尔、雅克布森、叶尔姆斯列夫
哲学符号学		皮尔斯、卡西勒
部门符号学	文学符号学	巴尔特
	电影符号学	麦茨、贝格尔
	音乐符号学	塔拉斯提
	绘画符号学	
	建筑符号学	
	设计符号学	

还可以看到, 表中虽也列出了设计的部门符号学的名目, 但是能否说它也与其他部门符号学一样, 已经展开了实质性的系统研究呢? 现状确实令人失望, 即使在国际社会中也未见太多的研究成果, 更不用说在中国了。中国的现状是连基础符号学的研究成果也难得一见, 更不用说设计部门符号学了。正如莫里斯所指出的那样符号学将在各学科领域中承担着组织科学的角色, 所以人们也期待着设计学科中符号学的引进, 以及形成设计部门符号学这一天的到来。笔者也给自己设定了开展设计部门符号学的研究任务, 并在本书中介绍自己有关设计部门符号学的一管之见。

1.3.4 东方的符号学

符号的研究也并非西方的专利, 其实追溯符号的历史, 整个殷商时代的历史, 就是符号语义研究的历史、符号诠释的历史。甲骨文中的一切记载, 都反映了符号语义学的研究。而中国古代最为系统化的符号研究, 就是周易。

几乎在此同时, 中国文字开始形成。由于中国文字系统特殊性, 它不像西方文字那样只是语言的一种“注音代用”而已, 完全没有独立性。中国的文字是一种不依赖于语言的、有其独立的发展历程, 由独立的、字形(能指)与字义(所指)间的意指过程而形成的。所以在文字形成过程中高度地发展了六书与训诂之学。并在公元 2 世纪中叶的东汉时期, 就完成了世界上最早最完整的辞书《说文解字》, 给中国符号学研究打上了以语义学为主, 而语构学研究则相对滞后的研究特征。但是在数千年前的当时, 已是符号学发展的最高成就。



但是可惜的是，在人类历史上起步最早的有关符号的研究，与有数千年历史的中华文化一样，长期以来几乎都停留在数千年前的状况，直至近代几乎始终未曾大步地超越古人。

## 1.4 设计学科中研究符号学的目的

### 1.4.1 解决工业设计学科认识论的问题

工业设计学科引入中国还是在改革开放之后。当初设置工业设计学科的几乎都是艺术院校，而持隔行如隔山之想的各工科院校则表现为漠然置之。这就给这两大门类交叉学科的工业设计学科单方面地打上了艺术院校特有的烙印。给这一大门类交叉学科的课程设置，以及对学科性质的认识等都带来了大幅度单侧的倾斜。在对该学科性质还不甚明了的时候，这种倾斜就造成了社会的误解。至少这儿可以举出对工业设计学科的本质、对工业设计的美学本质以及对工业设计的应有方法等三方面的模糊认识。

#### (1) 工业设计学科的本质是什么

第一个问题是工业设计究竟是上层建筑，还是经济基础？如果是前者，它就是一种意识形态。如果是后者，它就是一种生产力。但是在现实中所表现出的却是对前者的过分倾心和对后者的漠然。

由此，也就带来了第二个问题。即工业设计究竟是造型艺术，还是造物艺术？如果是前者，工业设计所关心的应是不反映功利目的的某种感性形式以及它所表现的形式美。如果是后者，工业设计就首先必须充分考虑作为产品理性内容的功利性，从而给最广大民众以“用”，并在功能与形式的有机结合中寻求它的象征价值。但是在现实中处处表现出的却是对前者的充分认同和对后者的茫然。

第三个问题是工业设计的核心文化价值是象征价值，还是实用价值？如果是前者，它必然要失去了作为工业产品而存在的一切意义。如果是后者，才能给最广大的民众以“用”，正是这种“用”使产品本身也有了存在的价值，使象征价值也有了依附的载体。使人类也能从一个赤裸裸地面对严酷自然的“必然王国”步向一个能上九天揽月、能下五洋捉鳖的“自由王国”。但是在现实中处处表现出的却是对前者的盲目认同和对后者的不屑一顾。

#### (2) 工业设计的美学本质是什么

产品的审美价值是工业设计对象的重要的附加文化价值，因而就必须深入研究产品应有的美的形态。因此第一个问题就是工业设计所创造的美究竟属于艺术美呢，还是技术美？如果属于前者，它就是艺术家心灵自我表现的产物。如果是技术美，它必然要反映出以下三方面特性：现代生产技术条件下的实践性（材料性与工艺性）特征；具有实用功能这一功利性（功能性）特征；现代生产技术、科学水平等所决定的时代性特征以及第二性的社会制度、社会风尚等意识形态的反作用。产品的

技术美就是功利性的向“善”与实践性的求“真”，在现代这一时代性中有机融合后的感性显现。但是在现实中常常表现出的却是对前者的完全认同和对后者的茫然。

前一问题同时也就导出了第二个问题，这就是工业设计在产品中所创造的美仅关注于感性形式，还是更偏重于渗透在感性形式中的理性内容？如果是前者，工业设计就成了形式构成的自我目的化。如果是后者，工业设计则是更关注于传达承载在感性形式中的，以实用价值为主体的文化价值这一理性内容。但是在现实中处处表现出来的却是对前者的过分热衷和对后者的茫然。殊不知正是后者反映了对社会的合目的性的向“善”。

由第一个问题还导出了第三个问题，这就是工业设计所创造的美是艺术活动的产物，还是生产实践（造物活动）的产物？也就是它是通过能体现最高的艺术价值的，由艺术家个人用手工、逐件地、不分工的方式完成的，还是设计与生产分工，生产过程本身又是按工种分工的、大批量、机械化、互换式生产方式来进行的？但是在现实中处处表现出的却是对前者的过分热衷和对后者的茫然。殊不知正是后者反映了技术美这一合规律性的求真。

第四个问题是工业设计的产品中是存在的形式决定了现代造型艺术的审美意识，还是现代造型艺术的审美意识决定了工业设计产品的形式？换句话说，也就是究竟是现代造型艺术中的形态是第一性的存在，还是工业产品中的形态是第一性的存在呢？若是前者，就是意识决定了客观存在。若是后者，就是客观存在决定了审美意识。然而，到处听到的可能都是“现代艺术的审美意识导致了现代工业设计形态的出现”，也就是说，意识决定存在这一本末倒置的怪论。殊不知正是现代产业中的那种功利性、实践性与时代性决定了工业设计中的那种现代形态，而这种现代形态反映到人们的思想意识中才终于形成了现代特有的审美形态。如果没有工业中的钢桁架结构哪来的艾菲尔铁塔？

归纳上述问题后还将引出工业产品的美感究竟源于艺术形象，还是其功利性的合目的性的“向善”，与实践性的合规律性的“求真”的有机综合？但在现实中处处表现出的仍是对前者的认同，与对后者的茫然。

### （3）工业设计实践的应有方式

由于前面的种种认识的模糊还导致了以下观念的模糊。

① 工业设计实践中是应极力以单件产品为对象，还是必须首先考虑以批量产品为对象？而往往在感情上所表现的是对前者的热衷和对后者的无奈。

② 产品的个性化是单件制作的产物，还是标准化的产物？而往往在感情上所表现的是对前者的热衷和对后者的抵触。



③ 设计的终极目标是预想图的完成，还是产品文化价值最终对消费者、使用者驱动的如期实现？而往往所表现的是对前者的认同和对后者的茫然。

④ 产品形式的新颖性是以出人意料的或新、或奇、或怪为惟一考虑的目标？还是在平凡之中去寻找通向明天的新形式？而往往在感情上所表现的是对前者的追求和对后者的不屑一顾。

其实，由于最广大民众对实用价值的需求而导致了现代生产方式的出现和生产力的提高；也正是现代生产力所生产的产品需要设计师为它作出设计；同时也是社会的需求，要求标准化生产的高度生产力；而象征价值所表现的形式是产品实用价值、材料与工艺的必然。

#### 1.4.2 中国工业设计教育的现状

前面所说的种种认识的模糊，究其原因不能不归咎于设计教育的问题。自从中国的高等教育系统引入工业设计学科以来，至少始终未曾很好地解决以下的种种问题。

其一，国际上工业设计培养目标是多层次的，但是，在中国培养目标的多层次问题始终未能很好解决。专科生、本科生与研究生等三个不同培养层次均应以设计方案视觉表达能力的培养为目标，而还是不同的层次应有不同的培养目标。至少中国的现状所表现的是对前者的无限倾心，和对后者的茫然。从而在本科生的培养中也就不可能让学生掌握一个符合工业设计这一交叉学科的完整、合理的知识结构与应有技能；在研究生的培养中就更不可能让学生围绕工业设计学科发展的需要开展对各组成学科的应有研究。

其二，设计教育中现代设计各领域的专业分工性是客观的必然，也是国际工业设计教育界的共识。产品设计、视觉传播设计、听觉传播设计与环境设计间不仅有不同的具体目的，并且有着完全不同的媒体技术。除了都存在感性形式之外，各学科专业知识几乎还甚少有共同之处。因此，在中国这一专业分工的问题始终未能解决。一次当问及一位来求职的工业设计硕士：“你的专长是什么？”他的回答竟然是：“凡是设计我都能做！”而今又如何来理解：“分工，是现代社会最根本的特征”这句话。若像这位硕士生所说的话，他除了这些设计的感性形式之外，他又掌握了些什么呢？而他之所以如此回答，不正是反映了教育的现状吗？

其三，在不少工业化国家，分别利用两种完全不同的加工工艺，实现两种完全不同的文化价值，使手工艺设计（传统设计）与工业设计（现代设计）分别朝着各自应有的方向，发展为产品设计领域的璀璨双壁。而在中国始终是那样暧昧地混淆两种不同的价值观，使工艺美术师们羡慕着批量生产，使工业设计师们津津乐道于单件制作。而现代设计教育与传统设计教育是应混而一谈，还是应该明确分工？

其四，鉴于工业设计（或者说是现代设计）学科是大门类学科间的

交叉学科，所以工业设计学科师资构成的交叉性是学科发展的必需，也是国际工业设计教育界的共识。经过该学科的长期发展不同学科教师之间在长期的磨合中终于融合成一个你中有我、我中有你的真正的交叉学科了。但是中国的现状又如何呢？设计学科师资专业是过多的同专业重复，还是多学科的交叉？

其五，国际上有这样一个设计院校，它把工业设计本科生的培养目标定为：培养具备对人、物关系的根本理解；具备发展中科技的专业理论知识与实践技能；具备人文、社会学科的丰富修养；具有广阔的视野与科学的思维能力；具备对造型的高度敏感性的工业设计师。人们应如何来理解以上这些内容为什么对工业设计学科的本科生是必需的？而中国长期以来是视数、理、工程等学科知识对设计教育是多余的，还是完全必需的？视人类工程与人文学科知识对设计教育是锦上添花，还是雪中送炭？

### 1.4.3 研究符号学的目的

正如符号学家莫里斯所提出的那样，可将符号学设想为象征性的综合科学、并且符号学在各学科领域中承担着“组织科学”的角色。而设计学科本身正是这样的一个与美学、认知社会学与心理学等的象征性综合科学，同时它还是一个与自然科学、工程技术密切相关的学科领域。尤其在出现了工业设计以来，这样的设计学科更是成了一个众多疑团纠结在一起的学科领域。在这样的学科中正是亟切地需要符号学来承担起组织科学的作用，并逐一解开纠结在一起的各种疑团。这也正是本书在工业设计中引进符号学的目的所在。

具体地说，笔者之所以引用符号学、撰写本书，实际上有两个想通过本书加以解决的问题，这就是：一，解决设计认识论的问题；二，解决设计方法论的问题。此外，还企图以本书的各种分析为契机，探讨设计部门符号学的确立，并进一步地为完善这个系统而抛砖引玉。

为了解决设计认识论与方法论的问题，笔者将展开以下几个问题的讨论。

① 设计编码性质的讨论。以阐明设计的编码规则是一个既不同于纯工程技术的科学编码，又不同于纯艺术的艺术编码。同时在这个系统中，既有类似于科学编码的实用价值的传达，又有类似于艺术编码的象征价值的意指作用。

② 设计符号功能的讨论。以阐明设计不是一种信文的自我目的化，而是一个以实现综合文化价值传达为目的的符号系统。

③ 设计符号系统的讨论。以阐明设计符号不是一个可以没有制约的未形成系统的符号，而是一个具有必然客观制约的成熟的符号系统。

④ 设计符号二分法的讨论。阐明与符号能指与所指相对应的设计符号形式与功能的结合关系；阐明与符号语言、言语相对应的设计系统

对信文编码的作用；阐明与符号外延与内涵相对应的设计实用价值与象征价值的关系；阐明符号横组合与纵聚合关系对设计实用价值与象征价值创造的重要作用。

⑤ 设计符号规则的讨论。阐明设计语义学规则源自使用者群体认知特性而确立，阐明设计语构学规则为非自立型外界依存型空间（或时间）语构规则。

⑥ 以产品文化价值为意指内容的信文目的构成的应有方法的讨论。

⑦ 开展媒体的传递特性，媒体的复制特性，媒体的噪声与噪声抑制的讨论。最终解决设计是什么、设计该怎么做的问题。



## 第 1 篇 基础符号学

### 第 2 章 语言符号的传达

人们常会听到艺术是语言这种说法，因为它在诉说着人类内心的、主观世界的情感，因此就有绘画的语言、音乐的语言、舞蹈的语言等等；同样也常听到科学是语言的说法，因为它在传达着外在的、客观世界的信息。中国的哲学中还主张主、客观统一的所谓“天人合一”论，由此诞生了众多特有的文化现象，连这些也都能视为语言，那么，强调与人类、社会、自然协调发展的设计又怎样呢？它是科学与艺术的融合，是客观世界规律与主观世界的情感的融合，它当然也可视为语言，那就是设计语言了。

本书虽无意研究语言学，但是，由于语言可用来比拟各种文化现象，甚至还可把种种文化现象都直接视为语言。这就说明了它们与语言有着类似的特性、结构与必然的联系，并且从符号学的观点来看，语言是符号，一切符号又是语言，所以为了研究文化领域、设计领域的一切符号现象，就有必要先从语言符号入手开始讲述符号学历程。

#### 2.1 符号

在日常生活中，当人们想要向他人传达某些信息、情感或意志时，人们大概从来没有感到有什么困难或不自由之处。但是一旦当你孤身一人置身于一个从未了解其语言的国度里，你再想向人们传达这完全相同的信息、感情或意志等时，你才会领悟到这将有多大困难。这时无论你怎么绞尽脑汁就是无法将它们传达给对方。这时的困难正来自你要传达的内容是这样的无形无踪、无声无息，是一种完全的抽象之物。它们不像具体之物那样看得见、摸得着，你愿给谁就直接给谁。

原来在日常生活中你之所以能毫无困难地向人们传达诸如信息之类的抽象之物，是由于你是借助于一种既是自己所熟悉的、又能为对方所感知、所理解的东西，正是这种东西载上了你想传达的抽象内容传达给对方。人们把这种能承载抽象内容的载体称为媒介（Media）。在日常生活中最常用的就是语言与文字这种媒介。你之所以能与人们进行思想、情感上的沟通，就在于人们双方都同时掌握一种为双方共知的语言之类媒介。你能借助于这种媒介来表现自己脑海中无形之物的信息、感情或意志，并且这种表现还能对方所感知、所理解。你之所以不能与未知国度里的人们沟通，是由于你与他们之间缺少这样一种媒介。那么究竟什么才能成为传达抽象内容的媒介呢？至少它必须具备两个条件：一、它必须表现为某种形式能为对方所感知；二、它必须确实地载上必要的抽象内容并为对方所理解、所掌握。由此可见，人们在实现传达时

就借助了这样一种可感的形式来替代抽象的内容。

常说语言是工具，是用以传达人类主观世界的思想、情感和客观世界信息的工具。其实，它的作用远不止如此，因为语言本身就是人类所创造的重要财富、一种文化对象。并且，反过来它还塑造了人类自身的思维与行动的模式。从符号学的视点研究语言学，也就是研究语言的如下两个方面：一、如何利用语言符号进行对思想、感情与信息的传达；二、人类又如何将语言符号作为一种文化对象进行创造，它又如何塑造着人类自身。现在就来看看它是如何作为传达的工具来实现传达的。

2.1.1 什么是交换

所谓传达一词，译自英语的 Communication，它还可以译为传播、通信、交换、交流、交通等等。交通一词与我们的研究对象相去甚远，暂且不说。其他各种翻译，在概念上都有很大的相互覆盖。譬如传播，它的本质还是传达，只不过它明确地规定了是向众多接收者的传达；譬如通信，它的本质也是传达，只不过限定了是向特定个人的传达，它受隐私权的保护就说明了这一点；譬如交流，它的本质也还是传达，只不过它指明是双向的传达；譬如交换，它也可视为传达，不过一般它是指具体物件的双向“传达”。可见传达一词与它们都有所覆盖，它可以兼有通信、传播和交流的大部分特征。为了更明确传达的意义起见，就从与它有较大差异的交换说起。

所谓交换是指对具体的物件的授受行为，它是将具体物件从一方转移到另一方的活动。一般它有这样的特点：往往接受该物件的人是一个特定的人；当该行为实施后，在一方占有了该物件的同时，另一方即失去该物件，也就是授受双方是不能同时占有该物件的。当然，对方有所回馈的话也不例外。譬如，过年过节走亲访友，相互馈赠礼品就是如此。为了能一目了然起见，列表 2-1 来对交换的特点作一归纳。

表 2-1 交换的特点

被 交 换 对 象	具 体 的 物 件
交 换 特 点	交换对象的接受者一般是特定个人
	交换对象从一方转移到另一方
交 换 结 果	当一方占有该物件的同时,另一方即失去该物件
	双方无法同时占有同一对象
交 换 举 例	买卖、赠送礼品与回馈礼品

一般这种交换，并非都是双向同时发生的，有时从具体物件的角度来看还难免出现有来无往的现象，可能对方回馈的是一份摸不着、看不见的“深情厚谊”。当回馈的是这种“抽象物”时，又将发生怎样的现象呢？这就用下面的传达来说明。

2.1.2 什么是传达 (Communication)

传达在符号学里是一个重要的术语，一个重要的研究课题。那么什

么是传达呢？它有如下的特点。

① 传达也是一种授受行为。但与交换不同，是指一种以“抽象物”为授受对象的授受行为。它所授受的并不是可捉摸、可感知的具体物件，而是一种不可捉摸、不可感知的“抽象物”，如一种主观的思想、感情或客观的信息，乃至一种文化价值。在符号学里把这些传达中所授受的抽象物，都广义地统称为信息（Information）。所以传达是一种对广义信息的授受行为。

② 传达的对象既是抽象的信息，那就必然是取之不得、挥之不去的东西，也就无法直接实施授受。所以要实施传达就必须借助于一种可承载这种抽象信息的载体来实现，并且这种载体必须是可感的，譬如用看得见的文字写成信文、或用听得见的语言来表达。那么这种文字或语言就是实施信息传达的载体，并且是可为视觉或听觉等感官所感知的载体。这样，人们就能利用视觉或听觉等来“读取”信文中的信息了。

③ 传达与交换最大的不同还在于当你将一种思想、一份感情或一个信息传达给他人时，并不意味着在此同时你也就失去了这种思想、这份感情或这个信息。而是授受双方的当事人同时占有了这种思想、这份感情或这个信息。也可以换句话说，传达是向收信人传送信息“忠实复制件”的授受行为。

④ 在传达这一授受行为中接受所传达信息的不一定是特定的个人，更重要的是某一特定的群体。当接受者是一个群体时，所传达的广义信息就更有“大量复制”的必要。譬如，授课、或者散发广告都是如此。

实施这种传达的结果，是发信人在收信人的头脑里也创建了自己所思、所想、所感知的抽象内容，即广义的信息。绝不是这一广义信息离开了发信人的头脑转移到收信人的头脑，而发信人自己却空空如也。一位教师决不会因为他向学生传授了知识而自己变得无知，而是在师生双方的头脑里共建了科学知识；一位恋人也绝不会因为向爱人表白了爱意，在煽起爱人热烈感情回报的同时而自己却变得冷若冰霜；信息发布人也决不会因为发布了信息而自己却失去了记忆；文明社会向未开化部族传达了文化价值后，也决不会在未开化部族掌握了文化价值成为文明人的同时，而自己却变成了野蛮人。所以，传达是一种授受双方同时占有所授受广义信息的授受行为，发信人所传送的是一份广义信息的“忠实复制件”。如果也用一个表来归纳传达的特点的话，将如表 2-2 所示。

综上所述，所谓传达不是以收信人接受了广义的信息为终了，而是以收、发信人双方共同皆被这一广义信息的驱动为完成。或者以现今时髦的话来说，传达带来的是收、发信人双方的一种互动，更何况一次传达往往还导致另一次逆向的传达、也就成为交流。尽管社会生活中发生的是互动、是交流，但其本质都可以在传达的研究中得到阐明。



表 2-2 传达的特点

被传达对象	抽象的广义信息	主观世界的思想或感情
		客观世界的信息
传达方式	授受行为借助于可感载体来实现	
	传达的信文是载有相同信息的信文“复制件”	
传达结果	在传达双方当事人的头脑里共建了相同的广义信息	
传达举例	授课时在师生双方的头脑中共建了科学知识	
	恋人“暗送秋波”时在恋人双方共蓄爱意	

以上描绘了传达的特点，但是怎样才能实现传达呢？又该如何利用载体呢？抽象的信息又如何复制呢？这些都暂且留待以后回答。

2.1.3 传达的条件

在日常生活中，人们很少想到为了要实现向他人表示和传达抽象的思想、感情或信息，人类是花了多少苦劳和时间才终于实现的。作为每一个个人也都忘了从呱呱坠地到学会这种手段，能够在一个不同于客观现实的抽象世界，即人类创造的“虚拟世界”里自由驰骋，又花了多少苦劳和时间。或许有人会轻飘地说，只要张口说出来不就得了。如果一天醒来，发现自己只身置于一个完全不知其语言的未知国度时，人们才会感到这一张口是多么不容易、多么艰难的一件事。因为在人们脑海翻腾的思绪，原来是这样的无影无踪不可捉摸、无法把握，也就无从和盘托出。并且对于他人而言这些思绪也无法直接感知，就更无法掌握与理解了。只有这时，人们才会真正体会到原来这“一张口”确实来之不易。其实这一张口人类是花了近百万年时间的创造，每一个个人为了掌握它又可以说是费尽毕生精力的不断学习。所以说，语言是人类重要的文化创造。人们用语言说些什么，比起语言本身的创造来实在是太微不足道了。语言使人们摆脱了尚处动物时的那种单纯对本能的依赖以及客观现实世界对人们的束缚，语言为人们增添了一个平行于现实世界的、又独立于现实世界的“虚拟世界”。

人们对这一张口的艰难反思之后，才终于了解到为了抽象物的传达，必须寻找可承载这种抽象内容、并能为对方感知和理解的载体。符合这种条件的载体可能很多，如恋人之间为了向对方表白爱意，可以诉之以绵绵情话；也可以诉为一纸情书；也可能只是一个眼神暗送秋波；即使是哑巴，也能在舞动的双手间流注一片情意。这种语言、这种文字、这种眼神、这种手势，就是承载信息的载体，而语言就是一种最典型、最常用的载体。所有这些载体都必须能为对方所感知，它所承载的信息都必须能为对方所理解，只有这样传达才能实现，两者缺一不可。如果对失聪者诉之以绵绵情话，对失明者频送秋波那都将无济于事。

为了使载体能承载各种复杂的信息，并使它能在传达双方间传送，它就必须有物理的存在，还能被方便加工。为了使对方能切实掌握理

解，不被误会，这种载体必须能被方便地感知；为了能传达复杂的信息，词汇决不能随意组合、语无伦次，而必须构成完整的构成体，即所谓信文化；这种抽象内容的搭载和构成体的加工，还必须遵循传达双方所共同约定的规则。语言就是一种最典型、并且是传达能力最强的载体之一。它有作为声波这样一种物理存在，能够通过人类的发声器官进行加工，这些语音还能根据为传达双方所共知的、规则严整的辞书的规定搭载上相应的信息，并还能根据同样为双方所共知的、规则严整的语法的规则组合成意义完整、结构严谨的信文，通过空气这一声波通道实现传达。最终它还能被收信人的听觉所明确感知、切实理解的。由此可知，这一“一张口”积淀着先人一系列的伟大创造。符号学里就把这种载体称为符号。所以，语言也就是符号之一。

现在再回顾一下，实现抽象信息的传达必须具备的条件是：

- ① 必须要有符号；
- ② 符号还必须构成信文；
- ③ 信文的构成还必须遵循所约定的两类共知共识的规则；
- ④ 必须有不被阻断的信文传送通道；
- ⑤ 还有实现传达的发信人；
- ⑥ 愿意接受传达的收信人。

这些也就构成了传达的要素。随着这些要素形态的不同变化，将会在符号学的舞台上演绎出千姿百态的种种符号现象，构成千变万化的符号系统。

### 2.1.4 什么是符号 (Symbol)

在本书开头的一段叙说中提到充斥于日常生活中比比皆是的记号代码。但凡此种种都有其共同特点：它们都只是为了给日常生活带来方便的权宜之计的姑且代用而已；它们与所替代的事物之间为一种固定不变的一一对应的结合关系；这些记号代码相互之间完全独立，没有依存关系，也就是并不构成一个完整的系统。这些散在的记号代码，在一般意义上也不妨称之为符号。但是，符号学对符号有自己特定的所指，并不给这些记号代码以符号的地位。也就是它们并不成为符号学的研究对象。

那么，符号学又是如何定义自己的研究对象的呢？符号学所指的符号必须满足以下的条件：它必须是能指与所指的双面体；必须是人类的造物；还必须构成独立于客观世界的系统。

#### (1) 能指与所指的双面体

首先，作为符号就必须是如图 2-1 所示的那样的双面体：

- ① 它应具有表现层面，这一层面表现出它可感的一面，称为“符号表现”，也称为“符号形式”，而比较统一的术语则称为能指 (Signifier)；
- ② 它还应具有抽象的内容层面，这一层面是抽象、不可感的，称为“符号内容”，而比较统一的术语则称为所指 (Signified)。

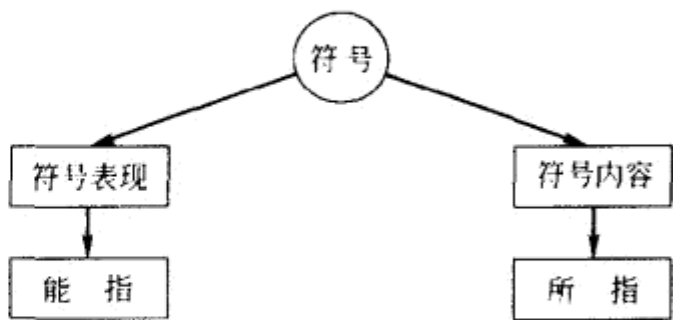


图 2-1 符号双面体

这两个层面必须始终像一张纸有正反两个面一样永远相伴相随，缺一就不成其为符号。一旦符号系统确立，符号能指与所指的关系就多多少少是约定的。语言之所以能成为符号，首先就是由于语言有它的能指与所指的紧密结合，也就是以某些约定的语音所发出的每一个词都与它特定的词义紧密结合，并且这种结合关系是约定俗成的。在语言系统中，限定某些特定的发音作为语音，这就是它的能指；这些语音都有它的语义，这就是它的所指。如一些可由汉语音素构成的语音但没有语义的发音（如 au、lua、ra 等）就不能作为汉语的语言符号，因为它不能构成双面体，尽管它具有类似于“能指”的某种形式，但它完全没有语义这一所指。

(2) 人为的创造物

成为符号的第二个条件是这一双面体还必须是人类为了传达或意指作用这一意图的创造物（这种创造就是下一节要说明的意指过程）。可以说，人类的创造意图，就像一股春风吹醒了凋零的万物，赋予一切“躯体”以新的生命，也就是符号的生命。譬如，语言就是为了实现传达这一意图的创造物，所以语言才有可能成为一种符号。又如，用烧红的金属钎穿刺在龟甲或兽类肩胛骨的小洞上，这些龟甲或兽骨在热和力的双重作用下，开始在小洞周围出现裂纹。产生裂纹只是自然的现象。而裂纹的形态也只与小洞的位置、金属钎的温度、用力大小、方向等等随机因素有关。按理这些裂纹并不说明任何其他问题，不能成为符号。但是，殷商时代的巫师们给各种不同形态的裂纹赋以特定的含义，将它们创造为符号，并形成了殷商时代的占卜文化。还在每次占卜之后将向神灵询问的内容以及神灵在“神迹”中所透露的“天机”契刻在龟甲兽骨上。因此还为人类留下了丰富、宝贵的第一手历史资料，还使人们有幸一睹甲骨书法的辉煌成就。汉字中所创造的“占”字、“卜”字等如图 2-2 所示的字形都源自占卜时神灵所显示的“神迹”，即产生在这些小洞周围裂纹的形态。经过研究，终于能在相当的程度上读懂甲骨上用甲骨文契刻的部分内容，因为在后来的书体钟鼎文中多多少少还残留有甲骨文各种约定的蛛丝马迹。但是面对“神灵”所显示的种种“神迹”（裂纹），人们是早已不知所云。因为在那个时代的巫师中间，各种裂纹的寓意，多多少少是约定的，但是当时是根据什么来约定呢，现在已经一无所知了，历史已抹去了它的一切痕迹。



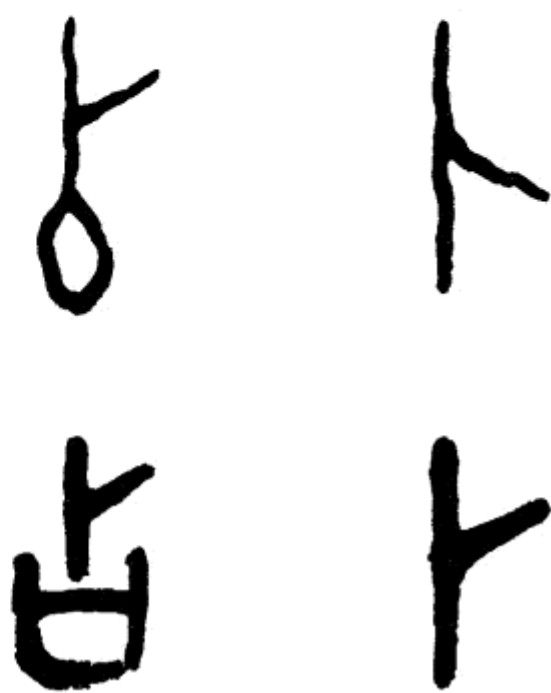


图 2-2 “占”“卜”字的象形文

(3) 独立于客观世界的系统

符号学所研究的符号还必须具备独立于客观世界的系统化倾向。比如汉字就符合这种条件，它在对主观的思想、感情或客观的信息的传达中，可以不借助于任何客观世界事件的再现就能完整的实现。在 1898 年之前，世界上只知道中国最古老的文字是始于三千年前的钟鼎文。但自从 1898 年开始又把中国文字的历史推前了五百多年。因为从这一年开始人们又发现了前面所说的一个更古老的字体——甲骨文。近数十年来大量的考古发掘中人们还在仰韶文化的彩陶上掌握了大量如图 2-3 所示的与文字非常相似的纹样，但为什么一直没有宣称中国发现了六千多年前的文字了？而这是因为甲骨文一经发现很快就证实了它已具备了系统化的倾向，但是人们却还没有办法证实这些彩陶上的纹样也已具备了同样系统化的倾向。这些形同文字的纹样也就无法被证实为文字。只有这些形同符号的东西确实相互依存成为系统的一个组成成分时，它们才

仰韶文化 陶器符号	龙山文化 陶器符号	商甲骨文	商周金文
丨	丨	丨	丨
+	+	+	+
𠂇	𠂇	𠂇	𠂇
丿	丿	丿	丿
×	×	×	×
↑	↑		↑

图 2-3 仰韶文化彩陶上类似文字的纹样

真正成为符号。只有能构成一个完整系统，才能构成一个完全独立于客观世界的虚拟世界、一个符号的世界。

2.2 符号过程与创造作用

2.2.1 符号过程 (Semiosis) 与意指作用 (Signification)

前面叙述了符号学赋予它重要意义的符号的概念，但是，与其说符号不如说符号过程是一个更为重要的概念。因为符号是人类的创造物，它的形成就诞生于人为的意指作用中，这是符号生命的开始。实施意指作用的过程就称为符号过程，就在这一过程中实现了人类对符号的创造。一切符号都是通过如图 2-4 所示的符号过程被创造出来的。在这一过程中人类对符号形式进行赋义、赋值，使符号形式具有了对应的符号内容，而创造出了符号。语言中的词汇符号就是这样创造出来的。它的能指（即语音）与所指（即语义）的结合可说基本上是恣意的，也就是说对于任何一个语义并没有非如此发音不可的理由。就像汉字的“我”、“你”，并没有非发为 [wo]、[ni] 不可的理由。但它们又是约定俗成的，一经形成了 [wo]、[ni] 的发音之后任何一个个人都无法对它进行改变，都必须遵循它的全部约定。

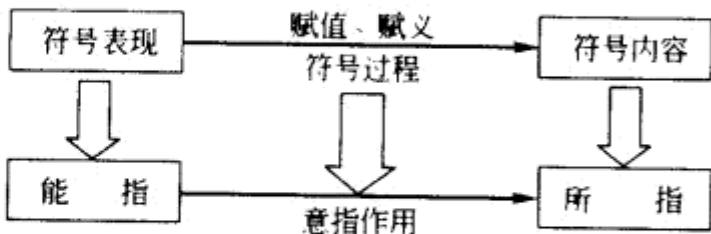


图 2-4 符号过程与意指作用

意指作用，也称为意指方式。在日语中日语汉字写为“意味作用”，故一些译自日语的书中往往直接和盘端来称为意味作用，多多少少有些别扭。在日语中，意味一词可以兼具名词性的“意义”与动词性的“意味着些什么”的两种含义。这里的日语汉字“意味”两字用汉语来解释的话，应作后者的含义解，这样就能了解“意味作用”就是“使之意味着些什么的作用”，一言中的就是汉语的意指作用。但“意味作用”毕竟不是汉语，既有意义确切的意指作用一词，就没有必要再用日本式的意味作用了。

符号学中的所谓“意指作用”一般有两层意思：它既指意义产生的过程，也就是指能指与所指结合的形成过程，即符号的形成过程；也指符号过程结束后的结果，也就是符号形成后能指与所指的关系。

由此可见，前面之所以说符号是人类的创造物，其实正是指人类通过符号过程对符号表现进行了赋义赋值的意指作用。通过这一过程使符号表现与符号内容相结合，从而形成了人工的创造物，也就是形成了一个能指与所指的双面体。

2.2.2 符号的赋义、赋值

符号的诞生并不只意味着一个新的可以代替另一事物的“东西”的

出现而已，而在于赋予某特别对象以特别的名称，并完成其不可被替代的意指过程的同时，也确认了该特别对象与自身的关联，确认了被赋义、赋值者的重大价值。这就像在一切命名活动背后所出现的现象。

在一个家庭、一个家族中，一个新生命呱呱坠地了。这个新生命对于这个家庭或这个家族来说，是一个具有重大意义的特别对象，于是就给新生儿命名。从前的中国，几乎在所有的名字背后都有特定的规则（Code），它规定了名字的构成：如不少名字是由家族符号加上族内关系符号再加上个人符号组成。这种规则几乎一直沿用到笔者这一代人。所谓家族符号就是姓；所谓关系符号则表示该新生儿在该家族中的关系，一般就表示他的辈分；个人符号就表示了他与其他家族成员间的区分。在对新生儿命名这一过程中，正反映了人类不断按与自身的关联给周围的新事物赋义、赋值，并将每一个新事物不断地编入到自身出色的文化世界中去的符号的创造。所以，在命名的背后不仅确立了新生儿与自身的关联，还确认了被命名者的重大价值，并使这一姓名体现了自身所创造的出色的宗族文化的象征。像孔氏家族真可谓万世一系、全国一家。自孔子以来直至今日仍始终沿用着如表 2-3 所示的这一命名规则。

表 2-3 某种命名的规则

中国孔氏家族的命名	规则	宗族号(姓)	关系号(辈分名)	个人号
	例	孔	繁	森
俄罗斯人的命名	规则	个人号(名)	父亲号(父名)	家族号(姓)
	例	彼得	伊里奇	柴可夫斯基

类似的情况在很多国家或民族的命名中都有，即使是文化体系与中国有很大差异的国家或民族，如俄罗斯，在表 2-3 中，人名符号的符号过程采用了这样的规则：名字由个人名加上父名再加上族名（姓）组成。由此可见，在俄罗斯更重视的只是直系家族内的关系，而不是宗族内的关系。在他们的国家，非直系亲属间几乎没有辈分的关系制约，在屠格涅夫的小说中就有过应属舅、甥关系的男女间恋情的描述，这在中国简直是不可想像的。

由此可见，不论是哪个国家对新生儿的命名，都是在完成其不可被替代的意指过程的同时，还都是在确认他（被命名者）与以自己（命名者）为中心的宗族或家族的关联，并确认新生儿对以自己为中心的宗族或家族的重大价值。所以，在这种文化体系中姓名这一符号，它不仅仅是代号，其本身就蕴含有特别的意义与文化价值。

不仅对新生儿的命名是如此，即使是对宠物的命名也是如此。例如，把自己所宠爱的宠物命名为“来福”或称自己的宠物为“baby”，在此背后也不难看到与新生儿命名背后类似的意义与价值。同样，在对



一切符号的赋义、赋值过程中都表现出了该被指代对象对以自身为中心的文化世界的重大关联与价值。

### 2.2.3 语言的作用

正像前面所分析的那样，语言或所有的符号系统都是为了传达而诞生的。但是，语言与所有的符号系统一经形成，同时也就成为一种文化的象征与人类一切创造的体现。下面就对此来作一个说明。

#### (1) 传达的手段

所有的语言、当然也包括所有符号系统首先是作为一种传达的手段而出现的。为了实现对抽象内容的传达，都是以每一个符号的符号过程为必要条件的，即用一个可感的事物意味着另一个抽象的事物。也就是说任何符号都将意味着些什么，也就是存在着意指作用。所以，符号的意指作用，也就是所有符号的潜在功能。

既然是传达，所有作为传达的发起者首先就要以意指为媒介，在这些由符号构成的信文中泛现出自己所思、所感的抽象内容。这是符号的表现作用，所有符号都具备这种类似作用。

既然是传达，就必须让信息的接收人能以意指为线索对接收到的信文进行解释，重建泛现在这些符号信文上的信息。而事实上在解释的同时也就是接收人在接受了信文的诉述与它对自身的无形驱动。这就是符号的诉述、驱动作用，并且所有符号都有这种类似的作用。

由于符号所存在的这三个作用，才使抽象信息的传达得以实现。在实现传达这一目的时，这三种作用中意指作用是核心，是一切作用的前提。因为有了意指作用才有可能使传达的发起者在由这些符号构成的信文上泛现出自己所思、所感的抽象内容。所以没有意指作用就不可能有表现作用，意指作用是表现作用的前提。同时，没有意指作用与表现作用就不可能有对接受者的诉述与驱动，所以，意指作用与表现作用又是诉述、驱动作用的前提。

#### (2) 文化的象征与创造

实际上，上述在赋义、赋值过程中所发生的现象，在所有符号系统的符号创建过程中都将如此。掌握一个未知的意指体系就是在不断给周围的、以自身为中心的未知世界建立秩序。语言本身也就是一个由规则支持的既存世界的秩序。通过符号过程创建符号，构成一个符号系统的同时，就是在掌握一个意指体系。这在幼儿牙牙学语或成年人学习一种外语时更能充分体现出来。属于该地域的人类社会的一切关系都会在其语言中表现出来。

所以，语言不仅是思想、感情等抽象内容的表现或传达的手段，并且语言还是一种文化的象征，以自身最典型的形态提示了文化的作用。掌握一种语言就是掌握了以该语言为母语的国家或民族的文化价值体系。掌握它就是掌握一种意识形态，一种思维模式，乃至行为模式。语言符号之外的所有其他符号系统也都是如此，它们的意义也不仅在于它

们都可作为一种传达的手段，也还在于它们还都是远远超越手段的文化的象征。而对符号的使用就与对文化世界的创造、维持及传达密切相关。这一过程中正表现出了语言的文化性，也即符号的文化性。所以对文化的研究就是对符号系统的研究，对文化的创造就是对符号系统的创造，而语言最能发挥在文化创造上的作用。

### 2.2.4 语言符号的束缚与创造

掌握一种语言、一个意指体系，就是在接受一种思维方式、行为模式与在这一语言体系背后的，与该语言体系紧密关联的整个文化体系。所以，在掌握并使用一种语言时，人们就不能拒绝该语言体系的全部规则，以及由这一规则系统所构筑起来的既存世界的秩序。因此也可以说掌握一种语言或一个文化系统就是自投一个禁锢自身的“樊笼”，一个由该语言或文化体系全部规则系统所构筑起来的“樊笼”。但这又是一个使用该语言体系的人们经历了漫长的历史过程为自己“量体裁衣”定制的一个“樊笼”。也只有在这个“量体裁衣”的“樊笼”中才有了人们自己的自由。千百年来人们就是这样塑造了自己的思维与行动模式。对于任何一个成年人，如果突然彻底更换这个“樊笼”，都将不断地受到摩擦与碰撞而失去自由，这就是文化的摩擦、文化的碰撞。

人类是一种无法长期安居于一个没有秩序世界的“动物”，这是人类的本性之一。在一个未知的世界中人们将不断按与自身的关联，给周围未知的与自身无关的新事物赋义、赋值。通过这一连串的意指作用，将这些新事物不断编入自身出色的文化世界中去，使禁锢自身的文化体系得到不断的丰富、变得更为严密。因此也可以说人类就是这样一种创造符号的动物，自投文化牢笼的动物，是不创造符号给周围的世界建立秩序就不能安心的动物。换句话也可以说，人类是一种使用符号的动物，一个不断编织禁锢自身“樊笼”的生命体。

另一方面，人类又是一种不能长期安居于被固定秩序所封闭世界的动物，他在不断编织禁锢自身“樊笼”的同时，也不断企图冲破这一“樊笼”建立新的秩序。这也是人类本性之一。语言与社会制度的不断变迁，文学与艺术的创造就是人类的这一本性所推动的结果。这种结果也就导致了符号系统的开放性。但是任何一个开放的系统又都是以固有的系统为基础的。也就是说一切文化的创造都是继承的。五千年文明古国的中国在漫长的岁月中始终屹立于世界的东方，人们在不断地创造的同时，也始终没有忘记对祖先所创造文明的继承。一种彻底放弃固有文化的、脱胎换骨般的“创造”，就是一种民族虚无主义，就是走上自我消亡。纵观历史，这样的惨痛教训比比皆是。苏美尔人随着他们所创造的两河文明一起消亡了。古埃及人也没有逃脱相同的命运。巴比伦是如此，古印度也是如此。

综上所述，由于人类的本性，人类无法长期安居于一个没有秩序的世界，于是人类开始通过符号过程创造符号。反之，所创造的符号系统

就要求使用它的人接受它的全部规则系统，就成了禁锢人类思维与行为的“樊笼”。同样由于人类的本性，人类无法长期安居于被固定秩序所封闭的世界、一个封闭的符号世界。于是，人类开始冲破这一封闭的符号世界的局部规则，通过新的符号过程创建固有符号系统中的新符号、新成员。人类就是像前面所说的那样永无止境地按与自身的关联给周围的新事物赋义、赋值，并将这一新事物不断地编入到自身固有的、出色的文化世界中去。不难看出，语言是如此，文化系统也是如此，就是说一切符号系统都是如此。

## 2.3 语言传达的构成

### 2.3.1 传达的基本过程

如前所述，之所以要通过意指作用来创造符号，其最直接的目的就是为了广义信息的传达。那么符号又是如何才使这个传达得以实现的呢？图 2-5 所示的就是使传达得以实现的基本过程。

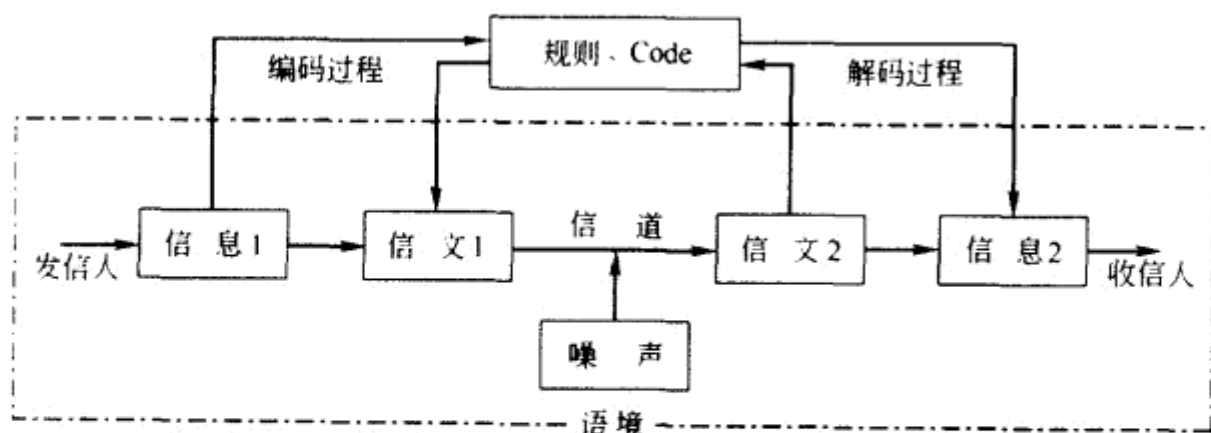


图 2-5 传达的基本过程

由图可知，发信人为了将不可把握、不可感知的抽象信息传达给收信人，就不得不借助于既可以感知、又能承载内容的符号作为媒介，根据双方所共知的规则编制成信文通过特定的信道传送给收信人。而收信人在收到信文之后，又根据发信人所使用的完全相同的规则对信文进行解码，重建出发信人所传送的信息。笔者在本书的执笔中所做的也是如此，笔者无法直接将头脑里的关于符号学的知识拿出来供各位读者剖析，于是就借用一种叫做汉字的符号体系把自己想传达给读者的知识根据汉语词典与汉语语法的规则来编制成叫做“设计符号学”的信文，发行到每位读者手中。读者们也就根据所掌握的有关汉语词典与汉语语法的知识，从本书这一信文里重建出笔者想传达的有关符号学的知识。当然各位读者所重建的内容与作者所要传达的内容一致时，才算达到了理想传达的目的。

语言的传达就是如此，但是人类对母语规则系统的掌握实在过于驾轻就熟了，甚至还没有自觉到自己在进行着编码与解码，传达就已告完成。如果当你采用一种远不及母语熟练的外语进行交流时，就能充分体会到人们却在不断地搜尽枯肠，寻找词汇按该外语的语法进行信文编



码。又在不断地搜尽枯肠，辨识词汇按该外语的语法进行解码了。

图中把发信人欲传送的信息以及编制成的信文都标上了注脚 1，而把收信人所收到的信文以及重建出的信息都标上了注脚 2。也就是说收信人所接收到的信文 2 与发信人所发送的信文 1 可能有所不同，收信人重建的信息 2 与发信人欲传送的信息 1 也可能有所不同。也就是说有可能无法保证信文的如实传送，更可能无法保证信息的如实重建。现实的传达过程中有很多原因会导致这种现象的发生。如一本书的成书过程中经过众多的环节，书中出现错字在所难免，这就是信文产生了失真。按字面就可能重建出错误的信息。又如某位读者对书中所用的术语、词汇不甚了解时，也会出现相同的现象。在这种情况下，读者一般都能根据上下文、也就是语境作出纠正、解释。可见，语境能对偏离规则的信文做出一定程度的解释，从而对传达起到积极的贡献。

综上所述，可以看出既然是传达就要千方百计地保证信息的如实重建。所以，传达不是为了信文的编制而编制，它所关心的核心不是信文自身而是信文中的信息。

### 2.3.2 传达的构成要素

由图 2-5，及上节所讲传达的条件中，都已指出为了实现一个传达过程，就必须具备几个重要的构成要素，即发信人、收信人、符号规则、信文和信道。

#### (1) 发信人

发信人构成传达的始端。一般来说他是传达的发动者，也是所传送的信文的编制者。但是，他也可能并不与收信人同时出现在传达过程中。譬如说，笔者现在正在“发动”有关“设计符号学”一书的传达，但是谁知道读者会在那一天来接受这一传达呢？又如，人们在读着据说成书在 2500 多年前的“论语”，发信人的孔子与他的门徒们现在又在何处呢？有时，甚至某种“传达”根本就不是发信人自己的意愿。譬如，破案人员在犯罪现场取得罪犯留下的种种蛛丝马迹，并从其中读取了有关罪犯犯罪的信息。罪犯是绝不会发起这样一场传达的。又如，有时某种“传达”甚至还根本不存在发信人。譬如，一位老中医给病人看病，他把病人身上所表现的种种症候看成是由符号编写的信文，可用来读出病人所患的病名。一位西医也给病人看病，他则把病人所有病理检查的数据看成是由符号编写的信文，来读出病人所患的病名。这些虽不能看成是理想的传达，但是不能不说它也有类似于传达的效果。在这类准传达过程中既没有传达的发动者，也没有信文的编制者，也就是说没有发信人。因为症状是一种自然事件类的符号。但是，收信人都能在这类信文中读取到信息，在进行着类似于解码的过程。或者更确切地说，他们都在进行着“破译”过程。

#### (2) 收信人

收信人构成传达的终端。他是信文的接收者，更重要的它还是信息

的重建者。在任何情况下，一旦只要传达或准传达的情况成立，就绝不会出现一个没有收信人的传达系统。如果不存在收信人的话，那么就绝不会有传达或准传达的现象发生。在所有的传达系统中收信人既可以是特定的个人，而更主要地则是社会群体。而本书的读者也将是一个群体，一个由大专院校师生、研究生院师生与设计师构成的群体。由于这收信人是一个群体，往往会给传达带来重要的影响。如信文必须大量复制、编码规则必须取得群体的认知等。

### (3) 符号

符号在前面就已经作了详尽的说明，它是信息的载体。为了抽象信息的传达，它必须是能指与所指的双面体。为了复杂信息的传达，它必须能被信文化。当然，它还必须有自己的实体，可被加工、可被感知。也就是它应有物理的存在，也就是对人类的感官来说还应是一个可感知的刺激。

### (4) 编码规则 (Code)

编码规则是指符号所有编码规则的总和。正如语言符号一样，它包括像语言中的辞书一样的语义学规则和语言中的语法一样的语构学规则。它是发信人信文构成的依据，也是收信人信息重建的依据。它又描绘了符号相依相存的整体，所以一个符号系统的成立也几乎就是编码规则的存在，两者几乎是等价的。编码规则一词译自英语的 Code，这儿的原意就是“规则”，但在不同学科里有不同的翻译，带来一些不便。譬如，有的译为代码，有的译为编码等等。但是代码有时容易与符号本身混淆：编码一词在词形上像动宾结构，容易与编码过程混淆；单用规则又不太像一个术语，为了不引起误解，这里干脆称之为编码规则。但是根据汉语组词的习惯，有时也可能不得不称为规则、或编码。望读者充分引起注意。

### (5) 信文 (Message)

信文是以各种单元符号为素材，编制而成的信息的可感化、物理化的表现体，完整的构成体。一本书是一个信文，一首诗是一个信文，一篇科学论文也是一个信文。该词译自英文的 Message，在中国早在通信 (Communication) 技术中广泛使用并成定译。所以，本书只用信文这一译词。

### (6) 信道 (Channel)

信道是信文传递的通道与信文复制的场所。譬如，教师在教室里上课，这个能传递声波的充满空气的空间就是信道。在这里把教师由语音构成的信文，传到学生的耳朵，并且是所有学生的耳朵。所以说，在这个信道中不仅是传递了信文，并且还“批量复制”了信文。又如这本“设计符号学”一书就将以印刷与发行渠道为信道，使每本书都能到达读者手中。在这个信道中不仅传送了信文，并且还首先批量复制了信文。但是在实行复制、传递的信道中就免不了有使信文产生失真的可

能。可以把之所以产生失真，都等效地看成是信道中含有噪声源。所以为了信文无失真地传达，就有消除噪声的必需。还因符号系统的不同往往构成信道的媒体也不同。如前面所说的讲课，是语言符号，信道媒体就是声波。声波这样的媒体是天然媒体，在其中，信文的复制也是自然复制。出书则是文字符号，其信道媒体则是印刷媒体。这种印刷媒体就是人工媒体了，在其中，信文的复制就必须通过特定的工程工艺技术才能实现。所以，凡人工媒体的信道中信文的复制与消噪往往还是一项专门的工程技术。

### 2.3.3 信息与信文 (Information & Message)

再回过头来进一步看看图 2-5 中的信息与信文的特征。

信息既可以是客观世界所反映的信息，也可以是主观世界的感情或意志；既可以指发信人欲传达的完整内容，又可以指收信人重建后的完整内容。不论是哪一种，都把它广义地统称为“信息”。不论是怎样的信息，它都有一个共同的特征，那就是具有抽象性。

信文在形式上既是在发信人端经编码后承载信息的、完整的符号构成体，也是在收信人端供解码时意指信息的、完整的符号构成体。除了前面所说的以外，一篇小说是一个信文，一出戏剧也是一个信文，乃至一幅画，一座雕塑都是一个信文。以后还将说到一个工业产品、一套礼仪程式也还是一个信文。不论是哪一种信文，它都具有一个共同的特性，这就是可感性。正是这种可感性才使信文能够传递，使抽象信息的传达得以实现。

在传达的基本过程中，还不难发现信文是惟一联系着发信人、收信人、信息乃至语境的对象。它处于整个传达过程的核心地位。所以它还是揭开各种符号现象的纽带。

但是，往往由于某种原因，可能使传递至收信人方的信文并不同于发信人所构成的信文，也就是产生了失真。所以图中将发信人方的信文标为信文 1，将收信人方的信文标为信文 2，就是说有可能信文 2 ≠ 信文 1。往往还由于种种原因，同样可能使收信人重建的信息不同于发信人所发出的信息，即不能如实重建信息。所以图中将发信人的原发信息标为信息 1，将收信人所重建的信息标为信息 2，就是说有可能信息 2 ≠ 信息 1。

一般信文的失真，都视为信道噪声所致，即信文在信道的传递过程中产生失真。而信息不能如实重建，往往有两种原因：其一，由于信文的失真所致；其二，因收信人在信息重建的解码过程中所使用的编码规则与发信人信文构成时所使用的编码规则并不完全相同所致。由此可见，不仅信道的噪声会引起传达的状况的不良，并且收、发信人是否使用了相同的规则将在更大程度上影响传达的成败。笔者曾给自己一位从未涉足过汉语拼音、而可称为英语行家里手的挚友开了一个玩笑，用汉语拼音写了一张短条，还在反面加了五个汉字：“要不耻下问”！在他搜尽枯肠不知所云之际，突然想到了这五个字的提示，终



于找了一个从未涉足英语而只学过汉语拼音的小学生为他轻松地解读了这张字条。可见，收、发信人是否使用相同的规则将在更大程度上影响到传达的成败。一般信文是可感的，所以信文的失真容易被观察到。但是，信息是抽象的，往往无从发现。这就如同把汉语拼音的文章当成英语文章来读那样，当然不知所云。信文、信息的特性与失真如表 2-4 所示。

表 2-4 信文、信息的特性与失真

	信 文	信 息
特性	具有可感性	具有抽象性
	有完整的构成形式	有完整的语义内容
失真原因	信道噪声	信道噪声引起的信文失真
		无共知、共识的编码规则

为了读者阅读其他符号学译著的方便，不得不提一下国内有关 Information 与 Message 的翻译问题。

① 有的将 Message 译为“传言”，有的把它译为“讯息”等等，这都不足以说明 Message 一词的特性，甚至会造成很大的误解。尤其是“讯息”，在中国该词长期来就是信息的同义词，并早于信息一词被广泛使用。直至 20 世纪 70 年代之后，才在科技文献中被统一为“信息 (Information)”，并成定译。并且不论是信息或讯息，都是指没有物理存在的抽象内容，与这儿所说的 Message 都有很大的差异。在通信技术中 Message 一词已有概念明确的信文这一定译。其含义就是指既有物理的实体、可感的形式与完整的构成体，又承载有抽象内容的完整的语义结构。这些含义与符号学中也完全一致，所以本书义无反顾地采用信文这一译词。

② 有的将 Information 译为“资讯”，这是一个连辞海也不载有的“词汇”。而国内早已有“信息”这一定译，之所以另用“资讯”究其根源实属电视台编辑们之过，似乎非要用海外“新词”（资讯）每日充斥对内节目的屏幕，搞乱自己的汉语词汇不可。如果海内没有信息一词，拿来主义也非不足取。但是早有定译，又为何如此呢？即使是为了符号传达的良好实现，也必须遵循既有的编码规则。

2.3.4 编码过程与解码过程 (Encoding & Decoding)

一个传达过程，往往以信道为中介，系结了两个相反相成的子过程，一个发信人端的编码过程与一个收信人端的解码过程。

(1) 信文的构成

所谓编码过程是一个信文的构成过程。因此也把它称为构成 (Composition)。比如文字的构成、音响的构成等等。此外，在现代造型艺术中或设计中，常说的三大构成也就是这样的过程。但是，设计中

的构成与自由艺术中的构成有本质的差异，这在中国的教育中往往不知其目的的不同而将它们混为一谈，这只能留待以后说明了。在这个子过程中如图 2-6 所示，发信人借助于符号这一载体，根据符号规则将抽象的信息转换为可感的信文。

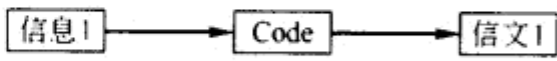


图 2-6 编码过程

图中的信息 1 是源信息，也就是发信人所思、所感并欲传达的抽象内容，图中的信文 1 是信文的原件，是发信人用有意指功能的符号构成的完整构成体。它所含的意指内容就是发信人所思、所感并欲传达的抽象内容。为了传达的实现在编码过程中所遵循的编码规则（Code）还必须为收信人所了解、所掌握。

(2) 信息的重建

所谓解码过程就是如图 2-7 所示的收信人重建信息的子过程。在这一过程中由收信人根据符号规则将可感的信文重新转换为抽象的信息。图中的信文 2 是通过信道传送到收信人侧的信文，正如前一节所说，这一信文只有在没有失真的情况下才有可能与发信人构成的信文一致。信息 2 则是由收信人根据编码规则重建的信息。正如前一节所说，这一重建的信息也只有在既没有信文的失真，重建信息时所依据的规则又与发信人信文构成时所依据的是完全相同的规则时才有可能与发信人原发的信息相同。

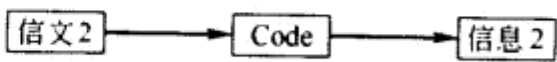


图 2-7 解码过程

2.3.5 符号的系统（System）、规则（Code）与语境（Context）

在阅读一篇文章时，如不知道所使用语言词汇的语义，不知道该语言词汇间的联结规律，那根本就是不可想象的。在语言中，规定词汇与其语义关系的是见之于词典的语义学，它是研究词汇的语音与其语义的关系；规定词汇联结规律的是语法学，它是研究词汇与词汇间的连接关系的。在阅读外语文章时词典与语法书就显得更不可缺少。在非语言符号系统中也是如此，把规定符号能指与所指关系（类似于词典中的那种汇总语音与其语义结合关系）的“码本集（规则）”称为语义学（Semantics）规则；而把规定符号与符号间连接关系（类似于语法的那种汇总词汇与词汇间的连接关系）的“码本集（规则）”称为语构学（Syntactics）规则。在传达是理想的情况下这两个规则的总和，几乎就规定了整个符号系统（System）。可见在这种情况下系统与规则几乎就是同一概念。

在语义学规则中有如下的规定：它既规定了全部可被允许作为符号使用的符号表现（能指）；还规定了全部符号能指与所指间的结合关系。

在语构学规则中则规定了符号单元间容许相互连接的全部结合规则。这些符号规则不仅是作为发信人编码的依据，它还是作为收信人解码的依据。如果规则的规定不够完备、不够严密，那就难以实现良好的传达。如果收、发信人双方所使用的规则的规定互有不同，也就无法实现良好的传达。所以，规则的严密、完备以及为收、发信人双方的共知、共识，是实现理想传达的必要条件。

但是，在各种实际的传达系统中，还像前面已经说到的那样往往会由于这样或那样的原因，使信文的表现偏离固有编码规则。在这种情况下，仅利用规则实现如实的信息重建就没有了可能。不过，这时往往能在语境中找到对信文解释的依据。所谓语境其实就是符号所构成的虚拟世界与它所描绘的客观现实世界之间的联系。当在虚拟世界的解码出现困难时，就可通过这一联系在所平行的客观现实世界的情境中找到对信文进行解释的依据。这在阅读小说时表现得最为充分，小说中作出这种纠正比起艰涩难懂的学术著作就要容易得多了。这是由于小说中有大量的直接与客观世界联系在一起的场景与情节的描绘，它能为读者重建信息作出很大的贡献，也能为读者所不认识的字或印刷中的漏字、错字做出充分的解释与补充，这并不因此而妨碍了对作品的理解与把握。所以说，语境的效用正在于能在不理想的传达中对偏离编码规则的表现具备解释能力，从而对传达起到积极的贡献。

在语言的使用中始终存在着一种相反相成的倾向：一方面是使用者在不断地挑战规则，企图寻找超越规则的表现；另一方面既成系统的符号规则又要完全地制约着使用者。挑战规则的结果就是使信文逸出规则。为了对逸出规则的信文做出解释，语境就是使解释成为可能的决定要素。在这种情况下在对规则依存度下降的同时，就必然地提高了对语境的依存度。推而广之，几乎在所有的符号系统中都存在这种相反相成的倾向。

## 2.4 语言传达的类型

### 2.4.1 传达的类型

在传达活动中，这种依存于规则或语境的相反相成的状态发展到了极致，就出现了传达的两种极端类型。一种是解码完全依存于规则的传达；一种是解码完全依存于语境的传达。但是在现实生活中经常出现的只是一种折中的共存型，如图 2-8 所示。即使如此，为了研究信文的编码性质与特征，还是有很大的必要去研究这种在现实社会里几乎难得一现的极端的、理想的传达类型与其性质。

#### (1) 规则依存型

规则依存型是一种理想状态的传达类型。它是规则（Code）系统已经发展到了极度完备状态的符号系统。也就是说，对所有符号赋义、赋值的符号过程都已终结，符号的概念终于优先于符号过程的概念。一



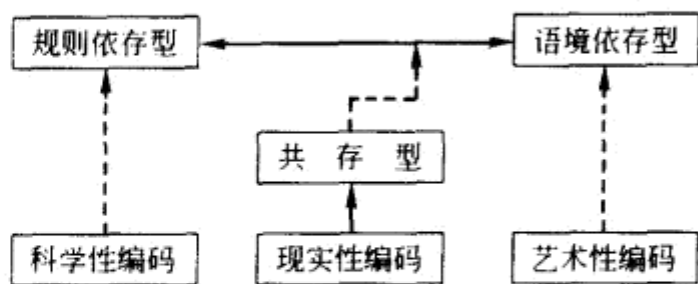


图 2-8 传达的类型与编码性质

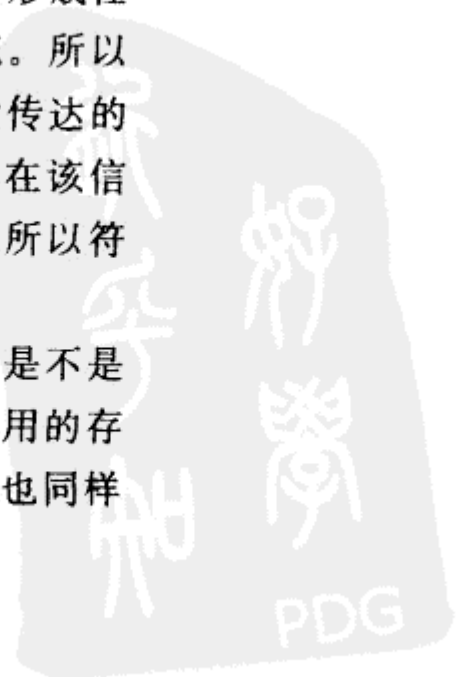
个符号系统一旦步入这样的状态，它就再也不会再在符号编码过程中出现新的赋义、赋值的符号过程，也就没有了系统进一步发展的一切空间，作为一个符号系统的生命也就走到了尽头。所以说这种传达的类型是一种极端的类型。但是，任何符号系统都与世间万物一样都有其生命的历程，有诞生也就有消亡，而后又有新的诞生。牛顿力学是一个走向自身发展终点的符号系统，但是一个新的符号系统的生命诞生了，这就是爱因斯坦的相对论力学。这是世间万物运动的规律，也是符号系统的宿命。但是必须注意，所说的这个走到了生命尽头的符号系统，只是说它作为一个文化现象本身（符号系统自身）已不再可能继续发展，而作为一种文化的效能它仍能发挥相当理想的传达作用。就像牛顿力学一样，作为一个符号系统它已经走到了发展的尽头，但它仍在各行各业中发挥着它的巨大作用。

对于规则依存型的符号系统，不论在编码过程还是解码过程中，对符号的辨识完全取决于固有的规则；对信文的构成也完全依赖于固有的规则；对信息重构还是完全依赖于固有的规则。而且不会因有规则的含糊性而使信文产生歧义，故具有一义性的特点。所以，语境在这种传达中将不起任何作用。这种传达所关心的不是信文本身如何，而完全贯注于信文中含有怎样的信息。这是科学信文中所常见的传达类型，所以把实现这种传达的编码称为科学性编码。但是必须注意，并不是说所有科学信文就都只是遵循这种科学性编码的产物。利用科学性编码所传送的信息完全取决于发信人，而收信人完全没有自主解释信文含义的任何自由，就是说这是一种发信人主体型的传达。

(2) 语境依存型

语境依存型也是一种推至极致状态的传达类型。它是完全未形成任何规则的“符号系统”，甚至可以说它根本还不是一个符号系统。所以说这种传达的类型是一种极端的类型，甚至是一个还不能称其为传达的“传达”类型。也就是说，一切对符号赋义、赋值的符号过程都在该信文的编制过程中刚刚开始，正处于一个符号系统新生命的开端。所以符号过程的概念优先于符号的概念。

在这种极致的符号系统中有如下的特点：在这儿出现的到底是不是符号，仅基于当事人的主观判断是否能认定符号过程，即意指作用的存在而已；在信文构成中还完全没有规则可以遵循；在信息重构中也同样



还完全没有规则可以遵循。所以，信息的重建仅仅依赖于语境。这时究竟“传达”了什么“信息”完全任凭收信人根据语境对它所作的诠释，认定某种意指作用的存在而已。所以，一旦信文发出，发信人也就再也无法左右收信人这种解释的结果了。所以，这是一种收信人主体型的“传达”。这种“传达”所关心的还根本不可能是信文中包含有怎样的信息，能关心的也仅仅只能是这一信文的自身了。它是艺术信文中所常见的“传达”类型，所以把实现这种“传达”所遵循的编码性质称为艺术性编码，或称为诗学编码。但是必须注意，这只是对编码性质的一种界定，并不是说所有艺术信文都只是这种艺术性编码的产物。

### (3) 共存型

在客观世界一切现实的传达过程中，它所遵循的既很难成为一种完全规则依存型的科学性编码，也很难成为完全语境依存型的艺术性编码。事实上几乎都是这两种编码形式共生共存的传达类型。在这种传达中它既非完全依赖于规则，也非仅仅是意指作用而已。在信文构成时虽也遵循着固有的规则，但也常逸出固有的规则，即偶尔破坏固有规则或出现新的不受规则支配的意指作用。在信息重构时也同样既遵循固有的规则，但同时也不得不利用语境对逸出规则之处作出解释。所以这是现实社会中出现的人性化的传达。

一切自然语言可以说都是这种共存型的传达，尽管它的绝大部分都是严格遵循着编码规则的。人类在整个进化过程中不仅在不断地完善着自己的语言系统，又在不断地出现种种新的意指作用。一切科学发展也是如此，人类也在不懈地完善这种系统，但也总是有新的未曾掌握的规律被发现，出现了新的意指作用。只不过科学系统是非常接近科学性编码的符号系统。其中尤其像不少人工语言，例如程序设计语言，几乎就是科学性规则的符号系统。但在语言中，也有如婴、幼语那种非常接近艺术性编码的符号系统。它很少有既成的规则，并受这一规则的支配，尤其是缺少语构学规则的支配。像这种语言除了长时间与他接触，了解语言符号常被使用于怎样语境的妈妈之外，他人是很难了解他所传达的含义的。此外，一切艺术也是如此，尤其是各种现代流派的前卫艺术。

在一切现实性的共存型传达中，不是收、发信人没有完全掌握共同的规则，就是发信人所遵循的是不为收信人所知的规则，或是编码过程中出现逸出固有的规则、或是信道有大量噪声的现象，或者是介入了根本不存在发信人的某些偶然或自然的征候所构成的信文。这一切都会产生信文对规则不同程度的偏离，根据对规则偏离的程度，就决定了该传达系统是更接近于规则依存型的传达，还是更接近于语境依存型的传达？

在现实的传达中，任何一种信文的编码都或多或少地是规则依存的，也或多或少地是语境依存的。在现实生活中，一篇文学作品也或多或少地是规则依存的，一篇科学论文也或多或少地是语境依存的。它们

的依存度就决定了该信文编码的性质。

### 2.4.2 理想的传达与非理想的传达

如前所说,所谓理想传达就是满足信息 $2 \equiv$ 信息 $1$ 的传达,也就是收信人重建的信息与发信人原发的信息完全相同,是一种发信人主体性的传达。要形成理想传达必须满足以下的条件:

① 收、发信人双方皆有实施传达的意愿;

② 信道完全接续,信文传递中无噪声窜入,即信文 $2 \equiv$ 信文 $1$ ;

③ 编码规则严密、完备,也就是在信文构成时,规则必须明确规定发信人可以使用的所有能指,明确规定各能指所承载的所指内容,即规则中的能指与所指必须处于一一对应的关系、明确规定所有可以允许使用的符号间的结合关系;

④ 在信文构成与信息重建时必须遵循完全相同的规则。

由此可知,真正满足这种理想传达条件的传达也正是规则依存型传达,真正满足这种理想传达条件的领域一般也只有机械间的传达,如计算机系统内或通信系统内的传达。

一旦只要人类介入传达系统,因为人总带有可通融性与灵活性,所以随着人性化的导入也就导入了各种不确定因素。这样系统也出现了通融性与灵活性,也接受逸出编码规则的信文表现,使传达的理想性受到破坏。在系统中出现了受固有编码规则支配的同时,也产生变更固有编码规则乃至创造新编码规则的可能。要在这样的系统中重建信息就还有待于丰富语境的利用。

如南宋状元王十朋在登临其故乡瓯江的孤屿时,因有感于那种云卷潮翻的情景,为古屿的大庙写下了如下的对联:

“云朝朝朝朝朝朝朝散 潮长长长长长长消”。

其中相同的八个朝字,既有作名词解,也有作动词解。其中相同的八个长字,既有作形容词解,也有作动词解。在联中可以明晰地看到在所使用的语义学规则中所表现出的那种可通融性与灵活性。

又如唐朝诗人温庭筠的商山早行诗中有:

“鸡声茅店月,人迹板桥霜”

的句子,在这两句诗中则可以明晰地看到在语构学规则上所表现出的那种可通融性与灵活性。在这十个字中没有一个动词,全部只是名词的罗列。在这种逸出规则的信文中重建诗人欲传达的信息,就要在利用规则进行解码的同时,不能不借助于语境对逸出规则的部分作出解释。

### 2.4.3 解码与“破译”

所谓解码,也称为译码,它是指理想传达时的信息重建方式。在这种情况下,因为信息的构成是完全遵循于严整、完备、明确的规则,所以信息的重建也只需遵循完全相同的规则。这种信息重建过程是信息构成过程严格的逆过程。一般在科学性编码的信文中基本上都属于这种称为解码的信息重建过程。例如,“叶落知秋”这一信文,它的编制严格



地遵循着“人秋落叶”这一为客观的自然规律所证实的规则，也是为收、发信人所共知的规则。根据这一规则，“叶落知秋”这一可感知的符号表现或信文，它的解码也是惟一的，顺理成章的。

所谓“破译”，实际上是指诠释，并不是说一定指密码翻译。这儿是借喻完全没有编码规则可以遵循时的“信息重建”方式。如果也用传达的基本过程图来表示这种“破译”过程的话，那么这种所谓的“信息重建”，它将如图 2-9 所示。它究竟是否存在发信人、是否存在编码规则都一无所知，惟一可知的是存在着某一信文以及其中朦胧的语境而已。收信人只能依赖于语境来猜测可能存在的规则，并根据这种推测中可能的规则进行“信息重建”。这种“重建”的信息是否就是发信人所发出的信息呢，这就不得而知了。所以这时与其说是信息重建，还不如说是收信人对信文的推测、解释与对“信息”的再创造而已。所以这种所谓的“信息重建”当然是以收信人为中心的意指作用而已。

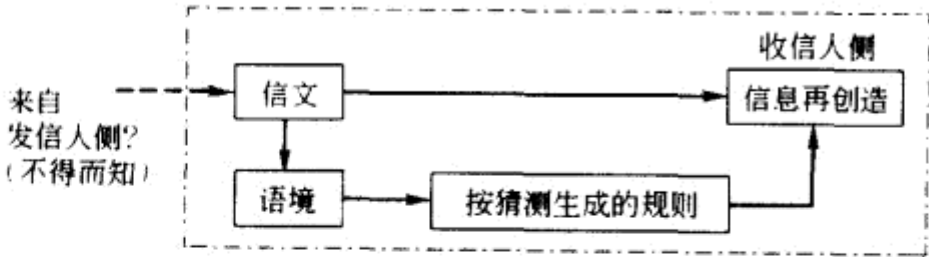


图 2-9 “破译”过程

这种需经“破译”才能“重建信息”的信文编码方式，在推理侦破过程中就是如此。它能否获得完全正确的结论？只要看法官从来没有直接以推理作为破案的依据，就可知一斑了。正确的推理充其量也只不过对侦破人员指出一条可能的破案途径而已。此外，在艺术性编码中这种“破译”也比比皆是。

这种“破译”也会因语境的不同而重建出完全不同的信息来。现在同样以“叶落知秋”的成语为例，不过这次用在“面临退休在即的老人发出这无奈的感叹”这种语境中，根据猜测，或许在他的意识中发生了：“人生老之将至时将落叶”这样的符号过程吧。这就是按推测生成的规则。那么，根据这一规则，在出现“落叶”这一符号表现时，经读者再创造形成的信息就应是“感叹人生的老之将至”！

同样的“叶落知秋”，如发自“退休官僚悲叹门可罗雀的凄凉境况”这种语境的话，根据猜测或许在他的意识中形成过：“失去权利时将落叶”这样的符号过程。这也是按推测生成的规则。那么，根据这一规则，在出现“落叶”这一符号表现时，经再创造形成的“信息”就应是“感悟失去权力之可叹”！这儿同样的“叶落知秋”将之解释为“人生老之将至”也好，将之解释为“失去权力”也好，都是基于假定规则的基础上所作出的一种诠释而已。因为语境不同，所以假定的规则也不同。最终信文的诠释也不同。这种方式的信息重建，就有可能使同一信文因收信人的不同而见仁见智地再创造出无穷变化的“信息”来。这也

就是统一审美客体因审美主体的不同而产生出众多的解释，而体现出艺术的无穷魅力。

既然，信文的破译是基于收信人对特定语境下可能存在的编码规则的一种假定，并根据这一假定的规则对信文做出的一种诠释，那么这种破译几乎就如图 2-9 所示的那样，割断了与发信人的一切联系。并且对破译或破译者来说只要有信文的存在，是否存在发信人都是无关重要的了。或者反过来说，只要有收信人就可以创造出一个原本并不存在的发信人。这就像把病人身上的症候也看成是一篇由某发信人发出的信文一样。据推测所得的病名，就是对这篇信文的破译结果。在非语言符号中这种类似的应用还有很多，诸如侦探从蛛丝马迹中读取破案的信息，或占卜人以客人的服装、年龄、神情为信文读取信息等等，都是属于破译的“信息重建”。

### 2.4.4 编码与传达的主体性

如前所述，信文究竟属于怎样的传达类型，是符号系统的编码性质所决定的。因此就有进一步对符号系统编码性质作出总结的必要。

#### (1) 科学性编码与发信人主体性

具有科学性编码的符号系统，其编码规则严密、完备，并具有客观的、科学必然性的意指作用。在这种符号系统的传达过程中，其信文构成完全遵循于系统所固有的编码规则；其信息重建也完全依赖于系统所固有的同一编码规则。所以，其信文具有一义性的意指内容，故能实现规则依存性的理想传达。所传送的信息，完全决定于发信人在信文中对信息的表现，收信人完全没有自主解释信文意指内容的任何自由，所以是一种发信人主体型的传达。这是一切科学系统所应有的编码方式。

#### (2) 艺术性编码与收信人主体性

具有艺术性编码的符号系统，或是编码规则非常不严密、非常不完备的符号系统，或是完全没有编码规则、还难以称为符号系统的“符号系统”。在这些符号系统的传达过程中，其信文构成或者无必然的编码规则可以遵循；或者即使存在编码规则，但信文的构成却无视规则的存在，完全逸出固有的规则；或者发信人遵循一套完全不为他人所知的编码规则。其信息重构也就完全没有必然的编码规则可供依赖，而只有信文中的语境是该种传达可供遵循的惟一依据。所以，收信人对信息的重建只能基于语境，对可能存在的规则作出的主观假定。或者说所遵循的是根据收信人的猜测，而创建的自家流的编码规则。当然，这一规则就无必然性，那么信文所意指的内容也就出现多义性，而重构的信息往往见仁见智，因不同的收信人可能创建出完全不同的信息内容。由此可见，艺术性编码所“传达”的“信息”完全取决于收信人对它的解释，并且因收信人的不同而不同，如有发信人的话，他是完全无法左右这种种解释的结果的。所以，是一种收信人主体型的“传达”。从真正的传达的意义上来说，或许根本就不是一种传达。

## 2.5 符号学的领域与性质

任何一种语言符号系统都是由它的规则所决定的，根据规则的有无，如果有，又根据怎样的规则，可将符号分为以下三个领域，这就是语义学（Semantics）领域、语构学（Syntactics）领域与语用学（Pragmatics）领域。

### （1）语义学

语义学是研究符号系统语义问题的学问，也就是系统中符号单元的能指与所指的特性及其结合关系的学问：由规则规定哪些可感对象可作为该体系的符号形式（能指）；由规则规定怎样的所指分别与这些能指相对应、并结合形成词汇，即符号；以及符号能指与所指在结构上的特征等。所以语义学所研究的是类似于语言符号中辞书所规定的训诂的学问，即在规则支配下符号的语义问题的学问领域。

### （2）语构学

语构学是为了能在信文的构成中表示更为复杂的语义结构，能更确切地传达更为丰富的信息内容，而研究符号单元间结合关系的学问：就是由规则规定怎样的符号单元之间可被允许结合；语构排列具有怎样的时空形式等。所以语构学是研究类似于语言符号中语法所规定的学问，即符号的语构问题的学问领域。

### （3）语用学

语用学是研究符号与使用者间的关系问题，只要人类进入符号系统后就因人类的融通性将引起符号规则的破坏。语用学就是研究在这种规则受到破坏时的符号系统中发信人将如何通过符号表现信息；收信人又将如何通过符号读取信息。所以，语用学也是研究语义问题的学问，只不过它是研究因人性化的导入，而在不同程度上使语义学规则与语构学规则受到破坏，使信文逸出规则支配时的语义问题。一言以蔽之，语用学也就是从信文语境中研究符号语义问题的学问领域。

## 2.6 小结

人类只要生活在社会中，就不可避免地要与他人发生联系，乃至与全社会发生联系。这种联系一般总是取双向互动的形式进行，也就是取无形之物交流的形式。所以说，在人世间发生的应是交流，而不仅是传达；是互动而不是单向的驱动。

但是，这种双向互动的形式，往往可分为此方向彼方的驱动与彼方向此方的驱动两个相对独立的过程，并且往往是在两个不同的“时、空”中进行的。所以在一定的“时、空”中所发生的就可视为传达。如两位初次见面的人的相互交换名片就是这样，当一方恭敬地送上自己的名片时另一方必然恭敬地接受；或两位好友邂逅在车站时的相互问候；或两人的商谈；甚至连教师在教室的上课，都不能不视之为一种



互动。但是，这种互动也未必总是共时、共空性地发生，有不少情况还只是单向的、乃至有去无回的，甚至一次单向的驱动还会经历数百上千年才终于实现。所以不论是互动或是单向的驱动，都是由传达构成的。所以只要理解了传达的内在结构，也就能理解互动的内在结构。理解了传达中的符号功能，也就理解了互动式的符号功能了。

此外，本章虽说是语言符号的传达，但实际上早已超越了语言符号的传达。因为，之所以要阐述语言符号的传达，本来就是为了想阐述非语言符号的传达的。只不过为了能更好地说明非语言符号的传达，而用人类最了解、最驾轻就熟的语言或文字作为代表，来进行解剖而已。

### 思考与练习

1. 什么才是符号学中具有符号地位的符号？它必须满足哪些条件？
2. 符号具有哪两大作用？
3. 什么是符号过程？它具有怎样的作用？什么是它的归宿？
4. 对人类来说符号具有哪两大相反相成的作用？
5. 传达有怎样的基本过程？现实的传达中需具备哪些构成要素？
6. 传达有哪些子过程构成？在这些子过程中分别实现怎样的功能？
7. 信息与信文有哪些重要的特征？
8. 什么是系统，它取决于什么？什么是语境，它又与什么直接关联？系统与语境间有怎样的相反相成的关系？
9. 语言符号可组成哪些传达类型？它们分别有怎样的特点？
10. 什么是理想的传达？什么是非理想的传达？构成理想传达的条件是什么？出现非理想传达的原因又是什么？
11. 什么是解码，什么是破译？如何才能实现解码，如何才能实现破译？
12. 符号学有哪三大领域？它们分别是研究什么问题的？



## 第3章 符号的语义与语构

本章将继续以语言符号为主，兼及非语言符号来说明符号系统的一些重要概念。这些概念也是建立部门符号学必须掌握的极其重要的概念。只有掌握了这些概念之后才能顺利地解决部门符号学认识论与方法论的诸问题。当然如要建立设计部门符号学也不例外。这些极其重要的概念包括符号的各方面特性、符号语义学与符号语构学、符号的外延与内涵、符号的横组合关系与纵聚合关系、语言与言语等的二分法。

### 3.1 一般符号的性质与特点

#### 3.1.1 交流的链接关系

人类社会活动的根本形式就是符号交流。而所谓交流，在本质上就是继时性地出现的正逆两个传达过程。今以两人之间进行语言交流的情况为例，他们的外在的，即物理上的链接关系如图 3-1 所示。在任意一个时点都是以一方为发信人，另一方为收信人。在发信人端由发声器官加工而成的语音信文，以声波的形式通过空气信道传送至收信人端的听觉器官，反之，逆向传播时发生的情况也与此相同，只不过交换了发信人与收信人的地位而已。



图 3-1 语言交流时的外在链接关系

如果透过这种外在的物理链接，抽象出他们之间的本质联系的话，这将如图 3-2 所示。图中，在发信人由发声器官加工的语音通过空气信

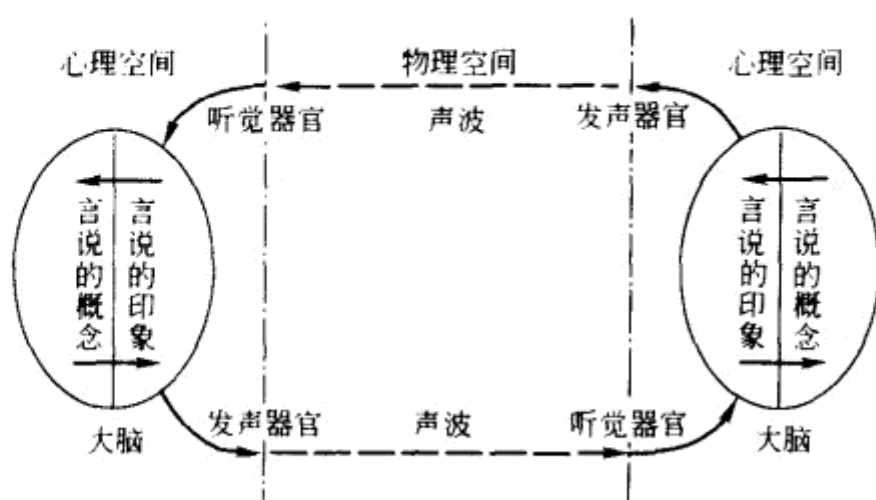


图 3-2 语言交流时的本质链接关系

道传送语音信文之前，首先在他的大脑中发生了将欲传达的言说概念转换成言说印象的构成过程，然后才由言说印象来加工语音信文。而在语音信文送达收信人的听觉器官之后，在收信人的大脑中则发生了将所感知的言说印象又转换成言说概念的解码过程。只有这样才算完成了一次传达过程。反之，在交换了收、发信人的地位之后发生的情况也是如此。

由图还可知，不论在任一方向的传达过程中，都是分别在两类不同的空间中共同完成的。一类是信道的物理空间；另一类则是收、发信人脑海中的心理空间。这两类空间的界面，正是收信人的听觉器官与发信人的发声器官。一个符号在这两类空间中则表现出完全不同的性质。在物理空间中符号仅表现出它的存在性、物质性的一面，尚未表现出作为符号的本质特性。凡是不掌握符号编码规则的人，这种符号的物理存在对他而言还是没有成为与符号内容相结合的符号。而在掌握符号编码规则者的心理空间中才真正表现出它作为符号双面体的本质特性与种种关系。

语言交流之外的其他符号交流也是如此，其中任一方向的传达过程，同样要在物理与心理的两个空间中完成。符号在物理空间中所表现的同样是它的物理存在性，在心理空间中所表现的才是它作为符号双面体的种种关系以及凭借这种关系的编码与解码过程。只不过这时物理空间与心理空间的界面，不再是收、发信人的发声器官与听觉器官，而是与这种交流相应的发信与受信器官了。如利用书写的文字符号进行交流时，这一界面上则是进行书写活动的手这一运动器官与接收文字传达的视觉器官了。如果是盲文，那么就是作为运动器官的手与作为肤觉器官的手了。在不少交流中还有可能出现其他发送与接收器官。

### 3.1.2 符号的实体与形式

#### (1) 符号实体 (Substance)

如前所述，在传达过程的物理空间中任何符号所表现出的是自己物质性的一面。这里就把这种构成符号的外部物质称为符号的实体。但是，即使是同一符号，也会因发信人的不同而所加工出的符号实体也会



各不相同。譬如，汉语语音符号的“张”这一语音，它可以是由张三用标准的普通话发出，还可以是由李四带着浓重的广东口音发出，可以由刘二用清脆的美声发出，还可以是由王五用嘶哑的喉音发出。这些具体发音的不同正是它的实体的不同。但不问这口音如何，也不论这声音的美丑，只要它能经听觉认知为“张”的发音，那么这些实体的不同都不影响到作为“张”这一语音的本质。又如一个文字符号“张”字，可能是张三写的工整的“张”字，也可能是李四写的潦草的“张”字。可能是刘二写的漂亮的“张”字，还可能是王五写的歪歪扭扭的“张”字。这些工整与潦草、美与丑的不同正是其实体的不同。但不论这些客观存在的千变万化，只要它能经视觉认知为“张”字，那么这些实体的不同都不影响到作为“张”字的汉字本质。此外，又譬如交通灯光系统，在百余年来光源系统取得了长足的进步，它的实体几经改变。但是只要它的形状仍是圆的、色光仍能区分为红、绿、黄的系列，那么它们所指的含义就仍然是相同的。再譬如，足球裁判所使用的红、黄牌系统，到底它们是由卡纸做的、还是塑料做的呢，只要形状是小长方块、色彩看上去能区分是红或是黄就行了。如上所说的称为符号实体的这些并不影响符号本质的物理表现、或者说符号的外部物质，在一个符号系统里往往有大幅度的变化，但它并不会改变符号的本质特性。所以也就没有给予符号的实体以多少符号学意义。但是，在符号信文进入信道的物理加工中，符号的实体则起到决定性的作用。

## (2) 符号形式 (Form)

任何符号在传达过程的心理空间中，都只表现在大脑中的言说印象中。正是这些言说印象中的表现才能构成符号系统的内部结构，区别系统中符号单元与符号单元之间的本质差异，并确立符号能指与所指间的结合关系。因此把那些在心理上所认知到的、归一化了的意象，称为符号形式。譬如，交通灯光系统中所感知到的这些红、绿、黄三色圆形光，就是交通灯光系统的符号形式。又如在心理中所认知的概念化、归一化了的“张”字的形式才决定张字的含义。可见，所有符号的形式都不再是那种千变万化的，具体的物理存在了。

可以发现，上述符号在物理上的表现，即符号的实体也好，在心理上的表现，即符号的形式也好，都只是符号表现层面在不同空间中的表现而已。而符号的内容层面则只反映在大脑中的言说概念之中。也就是说符号的能指由两个方面构成，一个方面是实体，另一个方面是形式。前者主要关系到符号的物理加工，而后者则关系到符号在系统中的一切关系与地位。

### 3.1.3 符号实体的存在性

符号能指的实体，在各种不同的符号中有不同的存在形态。譬如语言符号，它是以声波的形式存在于一维时间中，所以语言符号是时间性的实体。又如绘画符号，它是以平面的形状、色彩、纹理的形态存在于

二维空间中，所以它是二维空间性的实体。既然符号的实体没有太多的符号学意义，为什么还要了解符号的存在性呢？这是因为它既如前面所说与符号的加工特性有着直接的关系，还与符号的语构（语法）排列有着直接的关系。譬如，语言的实体是一维时间性的存在，所以，语言的语构排列，也就是句法的排列也是一维的时间排列。所以研究一个符号体系，也要研究符号的存在特性。并且，设计符号还有如下一节所说的内涵性质的、作为表现符号的一面，实体的加工性将很大程度地与主观价值相关联。

其实世间的万物，只要人类对它实施意指作用的话都有可能成为符号。所以符号系统不仅数量众多，并且千姿万态。但是从符号的物理存在形式来看的话，只不过如表 3-1 所示分为一维（时间）性存在，二维（空间）性存在，三维（空间）性存在，四维（时空）性存在四大类型而已。

表 3-1 符号的物理存在性与分类

符号的存在性	符号要素		系统符号举例
一维(时间)性	声音		音响符号、音乐符号、语言符号等
二维(空间)性	平面形状、色彩、材质		图形符号、文字符号、绘画符号等
三维(空间)性	立体、空间形、色、材质		雕塑符号、建筑符号、形体符号等
四维(时空)性	时、空综合	立体时空性	戏剧符号、舞蹈符号等
		平面时空性	电影符号、电视符号

一维（时间）性存在的符号要素只有声音一种。由声音构成的符号系统有音响符号、音乐符号与语言符号等。

二维（空间）性存在的符号要素有平面形状、表面色彩与表面材质、纹理等。由这些符号要素构成的符号系统相当多，有图形符号、文字符号、绘画符号等。

三维（空间）性存在的符号要素有立体形状及附于该形状的色彩与材质纹理。由它构成的符号系统有雕塑符号、建筑符号、产品符号、形体符号等。

四维（时空）性存在的符号要素比较复杂，它是属于时、空综合型的符号要素。就是说这种符号形式既存在于三维的空间中，同时还存在于一维的时间中。由这种符号要素构成的符号系统有戏剧符号、舞蹈符号等等。这种时空的符号往往还能对它的空间要素进行空间变换（透视变换）后，成为二维（空间）性与一维（时间）性结合的符号。其形式既存在于二维的空间中，同时还存在于一维的时间中。由这种符号要素构成的符号系统最典型的有影视符号。

3.1.4 符号形式的认知性

任何符号，确定其语义的是通过特定感觉系统认知后的符号能指的

形式。严格地说，符号能指（形式）存在于心理空间中。符号形式与符号语义密切相关，与信文编码、信息解码等信息的传达特性密切相关。所以，符号形式的认知结果必须单纯、特定，能明确辨识。

这里所说的符号的认知性就是指与该符号内容结合的符号形式究竟是通过什么感官的认知而取得的。据此可以对纷繁的符号进行分类，其结果如表 3-2 所示有听觉符号、视觉符号、肤觉符号、本体觉符号，乃至嗅觉符号、味觉符号等，还有些符号系统与符号内容结合的符号形式是通过多种感官的综合认知而取得的，所以还有综合觉符号。

表 3-2 符号的认知性与分类

符号的感知性		符号存在性	符号要素	系统符号举例
听觉符号		一维时间性	声音	音响符号、音乐符号、语言符号
视觉符号		二维空间性	平面形状、色彩	文字符号、图形符号、绘画符号
		三维空间性	立体形状、色彩	形体符号、雕塑符号
肤觉符号	触觉的	微三维空间性	三维纹理	盲文符号
	温觉的	(分子热运动)	温度	
本体觉符号		三维空间性	立体形状	运动道具系统
综合觉符号	视、听觉的	时间空间性	声音与形状	影视符号、戏剧符号、礼仪符号
	视、肤觉的	三维空间性	形状与纹理	麻将符号
	本体、视、肤觉的	三维空间性	形、色与材质	产品设计符号、服装系统、家具系统等等
其他感觉符号		非物理的	化学分子	味觉符号、嗅觉符号

比如语言符号，它的符号形式是通过听觉感官的认知后才将它与符号内容系结起来的。又如文字符号，它的符号形式则是通过视觉感官的认知后才将它与符号内容系结起来的。再如盲文符号，它的符号形式是通过触觉感官的认知后才将它与符号内容系结起来的。因此，可以把语言符号称为听觉符号，把文字符号归入视觉符号，而盲文符号虽然是可视的实体，但它与内容结合的是触觉感知的形式，所以它并非视觉符号而是触觉符号。

(1) 听觉符号

听觉符号是指与该符号所指结合的符号，能指是通过听觉感官的认知而取得的。由听觉符号构成的符号系统有语言符号、音响符号与音乐符号等。凡听觉符号的实体只有一维的声音，所以它只是时间符号。

(2) 视觉符号

视觉符号是指与该符号所指结合的符号，能指是通过视觉感官的认知而取得的。凡视觉符号的符号实体则具有二维或三维的空间性存在，色彩在实体上表现出客观的可视性与在形式上表现为由视觉所认知的特性。所以色彩符号也是空间符号。由视觉符号构成的符号系统



众多，有二维的文字符号、图形符号、绘画符号等；还有三维的雕塑符号、产品符号、形体符号等；还有由色彩符号构成的交通信号灯符号系统等。

### （3）肤觉符号

肤觉符号是指与该符号所指结合的符号，能指是通过肤觉感官的认知而取得的。凡肤觉符号的实体具有微细的三维存在及其微观的分子热运动等。它们与符号内容相系结的符号形式是由肤觉所认知的。皮肤这一感觉，其实除了有触觉、温觉等之外，还有痛觉。即使说温觉，其实它还可以细分为温觉与冷觉。对符号的认知肤觉中最主要的则是触觉。构成的符号系统主要的有盲文符号。对于常人来说，麻将作为一种符号系统，它还应该归于视觉符号。但不少精于此道的人们，甚至可以将麻将符号也纳入肤觉符号。至于由温觉构成的完整的符号系统并不多见，所以也就省略了。

### （4）本体觉符号

本体觉符号是指与该符号所指结合的符号，能指是通过本体觉的认知而取得的。凡本体感觉符号的实体也具有三维的空间存在，因此其实体也是可视的。但是本体觉符号的能指与所指则是根据本体感觉的认知而系结的。

所谓本体感觉是人类的一个重要的感觉系统，它是由五官中的“身”为主所感知的。从前人们只把这个“身”所产生的感觉归结为触觉，后来终于加上了温觉、冷觉与痛觉。但是 20 世纪中科学还相继发现了二十多种感觉系统，本体感觉就是这些系统中的一个。人们知道感知他人的躯体姿态与肢体所处位置的主要感官是视觉，但是，要感知自己的躯体姿态与肢体所处位置的感官则未必是视觉。当人们紧闭双眼也能确实地感知自己躯体的姿态与肢体位置。譬如在人们紧闭双眼时，把自己伸出食指的左手擎在空中的任何位置，都能用右手的食指径直地与它相碰，此外还能保持身体的平衡。这时人们所依据的是什么感觉提供的信息呢？这就是所说的本体感觉。人类感知产品所传递的功能（或者说主要文化价值），其实不少都来自本体感觉。所以凡诉之于人类自身的姿态或肢体的位置的符号系统几乎都可以视为本体感觉符号。例如家具系统、特别是其中的第一类人体家具就是为了提供人类特定合理姿势的稳定性这一功能的，它所意味着的功能都是与本体感觉所认知的符号形式相系结的。又如服装（特别是成衣）系统，它对使用者来说所意味着的功能，不少都是与本体感觉所认知的形式相关（部分是肤觉）。至于服装的社会功能对使用者来说（是它的象征功能，参阅下一章），它才是视觉的。此外如运动道具系统等多种产品系列的符号系统，主要地都可以视为本体感觉符号。当然，它们的象征价值往往仍诉之于视觉，是视觉符号。正因为如此，一些对设计符号系统所传达的产品文化价值缺乏全面了解、对本体感觉所知甚少的人们，往往把产品仅视为视

觉符号，而把造物艺术的产品设计视为造型艺术，也就成了很必然的事了。

#### (5) 综合觉符号

综合觉符号是指与该符号所指结合的符号能指，是通过多种感觉的综合认知而取得的。凡综合符号的符号存在形式比较复杂多样，它的能指与所指则是根据多种感觉系统综合的认知特性而系结的。常见的有视觉与听觉相综合的；有视觉与肤觉相综合的；还有以本体感觉为主与视觉、肤觉相综合的等。属于视觉与听觉相综合的符号系统有礼仪符号、戏剧符号与影视符号等；属于视觉与肤觉相综合的符号系统有麻将符号；而属于本体感觉、视觉与肤觉相综合的符号则包括了相当多数的产品符号。

通过上面的论述可以知道，属于自由艺术的造型艺术几乎只是视觉符号，但是，符号实体与造型艺术几乎相同的产品设计却未必是视觉符号。这是由于通过产品所传送的信息或者说文化价值即使是盲人也是能通过它的本体感觉清晰地感知的。一个特定形态产品的放大或缩小模型在视觉上完全相同，通过视觉所传达的意义也是等价的。而通过本体感觉所传达的意义，也就是作为产品的文化价值将是完全不同的。所以说，符号的感知性决定了符号的信息传达，而符号的物理存在性却并不直接联系到符号的语义。这也就是符号学中一再告诫的千万不要为貌似相同的东西所混淆。

#### 3.1.5 符号的动机 (Motivation)

在任何符号系统中能指与所指间的结合关系，都是取决于使用者之间的一种约定。有了这种强有力的约定才能使使用者在使用过程中自觉地遵守这种关系，才使符号的作用得以充分发挥，如语言就是如此。但是，也有这种约定很不明显的符号系统，如诗与艺术就是如此。在这种没有强有力的约定的符号系统中，符号能指与所指的结合关系，往往都依靠某种自然的有力原因的驱动来维持。这种自然的有力原因就被称为动机。由此就能区别出符号中的两种关系类型，这就是有动机的符号与无动机的符号。

如果这一符号是有动机的，那么究竟是根据怎样的一种自然的有力原因促使该符号能指与所指的结合呢？纵观符号系统这种有力原因不外于两大类：其一是在感官的水平上，符号能指与所指间的结合是基于两者在感知形式上的某种近接性而确立的；其二是在思维的水平上，符号能指与所指间的结合是基于两者在逻辑上的某种近接性而确立的。这两种近接性就是所谓的动机。由此，又区别出有动机符号中的两种关系类型，这就是具有前一种动机的类象符号与具有后一种动机的标志符号。而把无动机的符号称为象征符号。从而，使所有的符号因为有无动机，又因为有什么样的动机，而如表 3-3 所示的那样分为三种不同类型。

表 3-3 符号的生成动机性及其分类

动机性	符号类型	能指与所指结合条件	系统符号举例
有动机	类象性符号	感知形式的近接性	象形文字符号、具象绘画符号、摄影符号
	标志性符号	逻辑关系的近接性	指事与转注文字符号、标志符号等
无动机	象征性符号	社会的约定俗成性	语言符号、西洋文字符号

(1) 类象符号 (Icon)

类象符号是属于有动机的符号。是基于能指与所指在感知形式上的某种近接性而确立的。这种近接性具体表现为形、声或色的类似性。像中国的象形文字就是基于字形与字义间的某种感官上的相似性这一动机进行赋义的。尽管是基于某种类似性，但是它的所指并非就是所类似的对象本身。如象形文字，它们都是经高度概括后的非常简略的图形。又如中国画符号，它们是以抽象的线条对三维的对象进行造型。即使是摄影符号，它虽然可以非常逼真地再现对象，但毕竟还是以二维来抽象地表示三维的对象。所以说，即使是类象符号，高度的抽象性仍是它们共同的特点。此外这种类似性往往又是基于潜意识的条件反射。因此，就使这种符号具有了多义性的特点。如彩图 3-1 色彩冷暖—硬软语义空间中所示的是基于色彩共感觉这种感知形式上的近接性为动机的色彩符号，就因为联系的多向性使同一色彩可能具有不同程度的或冷或暖、或硬或软等多种语义。但是只要成为符号，最终总是以一种约定俗成的形式将它确定下来。而该图就是基于人类群体色彩心理认知特性的数理统计结果而确定下来的。但是它还不是一种约定，即使在这个图中的一个色彩，如朱色还可以有很热的与不算很软的种种不同的语义。而究竟将之用于怎样的语义，往往有待于使用者在使用之际对它的最终约定。又如图 3-3 所示类象于“鸟”的象形文字，到底是用怎样的简略图形作为“鸟”的能指呢？如图所见，在先人造字之初还是有所约定的。其中一些根本就不作为文字符号；另一些虽作为文字符号，但并不作为“鸟”字符号；而作为“鸟”字符号使用的类象符号最终所基于的约定性则远较色彩语义时为强。因为作为文字使用的类象符号一般一经约定将很少改变。



图 3-3 象形文字类象性及其约定

(2) 标志符号 (Index)

标志符号也属于有动机的符号。其能指与所指间的结合是基于两者



在逻辑上某种近接性而确立的。这种近接性往往表现为时空或因果关系的便捷联想上。在汉字造字之初把一部分文字称为指事文字，如图 3-4 所示的“上”“下”两字就是，它们就是根据时空关系的近接性来意指的；又如图中的会意文字“涉”字就是从跨过水流的足迹这种空间关系来意指的，而“武”字则由扛着武器踩着舞步炫耀武力这一因果关系的近接性上来意指的；还有一部分文字称为转注文字，如欢乐的“乐”字从乐器的“乐（yue）”字联想到音乐的“乐（yue）”字，又从音乐的“乐（yue）”字联想到欢乐的“乐（le）”字，也是这样从这种因果关系的近接性上来实现意指的。标志符号本身就是一种抽象关系的系结，当然具有抽象性是不言而喻的。并且，由于联想的多向性，往往使标志符号同样也具有了多义性特点。此外既然作为符号，它最终仍取决于所假定的规则，因此使它也带上了约定性。以上所举的汉字例子就是如此，最终都已成为约定的符号。



图 3-4 指事文字与会意文字

尽管非语言或文字的标志符号也是基于约定的，但是毕竟动机还是多向性的，也难以割断这种多向的联系，使得标志符号也多多少少还带有多义性。

### （3）象征符号（Symbol）

象征符号是属于无动机的符号。这种符号能指与所指间的结合并无必然的自然关系，没有非如此不可的本质理由。它们的结合完全取决于恣意性（Arbitrariness）的约定。所以当这种约定被固着为不可动摇的规则后，就使这种符号具有了一义性。符号的这种样态是符号实现传达的最基本的样态。符号的这种约定性是一个成熟符号系统的基础。因此在一个成熟的符号系统中，连类象符号与标志符号最终也基于象征而成立。譬如，不论东方或是西方，语言符号的意指作用几乎就都是基于恣意的约定，是象征符号。即使存在少数的拟声、拟态词最终也基于象征而成立的。所以，语言是最成熟的符号系统之一，是人类实现传达的最基本方式之一。又如汉字符号，虽说从造字的角度来看它几乎都是具有动机的，但作为一个成熟的文字系统，所有的汉字最终都是基于社会的约定。已不允许其他动机对这惟一的约定有所动摇，它具有自我同一性，就像上述的鸟字一样绝不能为貌似相同者的佳字所置换。

综上所述，不论符号属于哪一种分类，它们都具有两个共同的特点：约定性与抽象性。而符号的各种分类间并不具备排他性，它们往往不同程度地在同一符号系统中混合存在。一个符号系统的符号，它的约定性越强它的语义就越单一。即使在系统中存在着有动机符号，最终也因符号的约定性而排除了它的多义性。如汉字系统中就是如此。

### （4）动机与约定的关系

动机性与约定的关系并不是完全相斥的，在一个符号系统中动机并不排斥约定的存在。但是，它们又是相竞的，动机越弱约定就越是强制性的；而动机越强几乎就不需要约定。追溯符号系统的发展轨迹，其实在符号系统的形成之初，原则上符号都曾被赋予过动机。但是，漫长的历史长河在磨去了这种动机存在的痕迹的同时，增强了约定性，最终仅留下约定在发挥着符号的作用。如汉字符号“燕”“象”“寒”“兵”等字就是这样，历史长河早已冲洗掉了动机的痕迹。但如果沿着历史长河回溯至先秦时代，如图 3-5 所示，它们的动机就昭然若揭。原来燕、象两字它们的能指与所指的结合存在着可感知的关系，只要看图就能识字，因为它们之间是基于一种类象而成立的象形文字；寒、兵两字的能指与所指的结合存在着可理喻的关系，因为它们之间是基于一种联想而成立的会意文字。如寒字就是一幅画，画有如蒙古包式的、上古的房子和房中满地的冰与垫满草、盖满草的人。这就活生生地表现出了寒字的动机。如兵字可不是俗语说的“丘八”，在图中虽没有画出人来，但画出了高擎着大斧的双手，这就是兵字的动机。古文字经历了篆书、隶书、楷书、直至现代简化字的演变终于抹去了这种动机的所有痕迹。



图 3-5 回顾历史长河抹去的动机

### 3.1.6 符号的分节 (Articulation) 与价值 (Value)

#### (1) 什么是分节

如果某一符号的信文可区分为不同的能指成分时，那么就可以称这种符号是分节的。比如可以从一篇演说中，或在一篇文章中区分出词来，所以就认为语言符号（或文字符号）是分节的。不仅是汉语、汉文如此，世界上的一切语言与文字符号都是分节的。但并不是所有的符号系统都是分节的，譬如一幅抽象的绘画作品，按理说整幅作品应该是一个信文，但是仍很难判断到底整幅作品是一个符号呢，还是其中的一条线，或一个多边形是一个符号。如果一条线，或一个多边形是一个符号的话，那么它们的所指又是什么呢？所以就很难确定抽象绘画的符号是否是分节的。

由此可见，不同的符号具有不同的分节性，但归纳起来有如表 3-4 所示的几类。

表 3-4 符号的分节性及其分类

符号的分节性	符 号 类 型		系统符号举例
无分节	无分节符号		(现代绘画?)
有分节	有分节符号	双重分节符号	各种自然语言与文字系统
		非多重分节符号	交通信号灯系统,(音乐符号系统?)

(2) 分节的功能与作用

由于能够分节，才有可能区分出不同的符号意义、不同的符号价值。所以说，任何分节符号都具有赋义、赋值的本质功能。符号就是基于自身的视点在赋义、赋值的同时，将所研究的外部世界加以区分。譬如，植物学就用它的各个符号在区分着外部的植物世界。它用种、目在区分着物种之间的同与异，它用茎、干、花、叶来区分着结构上的同与异。因此符号能归纳出相同价值者，同时也就区分出不同价值者，实际上这就是分节的功能。基于既成的编码规则，分节反映了世界的既成秩序，当尚无既成的编码规则时，分节又将提案出新的秩序。分节所反映或所提案的秩序就是符号的价值。反映在这种价值上分节具有双向性：它既规定了具有不同价值的异质性对象；它也规定了具有相同价值的等质性对象。

例如分节语言的汉语中，有关亲属关系的词语除了直系的父母、子女之外，还能分节出叔叔伯伯、兄弟姐妹、堂哥弟姐妹、侄子外甥……。基于汉语语义学规则在这些词语被赋予意义的同时，它也反映了一个宗族社会的既成秩序。同时还知道，诸如英语之类的语言中就没有叔叔与伯伯、婶婶与伯母、哥哥与弟弟、姐姐与妹妹、侄子与外甥等等的区别，这是由于他们并非宗族文化所致。在以诸如英语等为母语的人们学习汉语时，汉语中的这些分节又为他们提案出了他们家族文化中未能表现出的新的秩序。

(3) 分节与动机



语言本质上是象征符号，它们的分节几乎都是恣意的，是一种社会性约定俗成的意义系统。但是，对于有动机的符号，它的分节也是有动机的。按不同的视点进行分节，就表现出不同的动机。如六书就归纳了古汉字符号分节的六种不同的动机。因归纳法不同，就反映出文化动机或意识形态动机的不同。

例如“伯母、姑妈、姨妈与舅妈”按家族文化的视点几乎相同，都是上一代女性的旁系亲属。而按宗族文化的视点伯母与姑妈、舅妈、姨妈则完全不同，除了伯母是宗族内的长辈之外，姑妈、舅妈、姨妈虽也有按这一次序确定价值关系，但都是族外人。

符号经赋义、赋值后就具有了自我同一性，它的能指与所指的一一对应关系不能为貌似相同者所置换。如前图 3-3 所示，“鸟”可用不同的抽象方法进行形似创造出象形文字来，但最终则约定俗成地规定了（1）中的篆字作为鸟字。并且它不能为貌似相似的（2）中的篆字所代替，而（2）的篆字则被约定俗成地确定为“隹”字。符号就是如此，按视点不同有恣意地归纳对象界的潜在力。

#### （4）双重分节

为了实现复杂信息的确切传达，符号系统就必须满足两个条件：其一，可供使用的符号应尽量地多；其二，分节后的符号应能被明白无误地认知、方便地区分。为了要使分节符号能被明确区分，符号又必须满足以下的条件：其一，当收信人为人类时，能指必须被收信人的某种知觉方便地确认其存在，当“收信人”为机械时，能指必须为某接收装置方便地检出；其二，不论收信人是人类或者是机械，不同能指都应被认知特性明确区分。但是，符号数量增多就增加了符号辨认的难度乃至无法完全辨认。如以增加复杂度来增加符号的数量的话，又增加了辨别细部所需的处理时间，这又有损于符号功能。所以，既为了意指更多内容，有更多符号可供利用，又为了能解决因符号过多而不便辨认、区分的难题，最有效的手段就是双重分节。

所谓双重分节，就是将符号的能指进一步分节为更小的单元——如语言中的音素（符号的构成成分），以少数可被认知的音素组合出更多的词汇来。采用了双重分节的方法，就能大量增殖符号，同时又能很好地保证符号便于确认与区分。

根据符号的分节特性，可以把分节符号又区分为不具双重分节的符号与具有双重分节的符号。像所有的自然语言就都是双重分节的符号。除了自然语言之外，像莫尔斯电码或 DNA 等也具有双重分节的特性，所以都是双重分节符号。但是，绝大多数的符号并不具有双重分节特性，是非双重分节符号。有些符号甚至是否为分节符号都值得怀疑，如一幅现代绘画的作品，就像前面所说的那样，难以区分整幅画是一个符号，还是其中的一根线条、一个多边形是一个符号？更不用说进一步的分节了。由于自然语言是多重分节符号，所以它们都具有非凡的表现与

传达能力。如汉语在第一分节中可以将句子区分为数量极大的有含义的词，而在第二分节中所有的词只被分为数量很有限的无词义的音素。这样，只需通过感官认知与区分很有限的音素，就能得到可供传达使用的无限的词汇。例如，英语的因素仅 48 个，但它能组成的词汇不计其数；又如法语的因素仅 38 个，同样能组成的词汇也不计其数。

3.1.7 符号的形成来源

究其符号的形成来源，可以发现有如表 3-5 所示的三种：有人为性符号、古意性符号和自然性符号。

表 3-5 符号的来源及其分类

符号的类型	符号的来源	符号举例
人为性符号	人为创造并继续使用与创造着的符号	自然语言等等
古意性符号	人为创造但不再使用的符号	考古发现的符号,如古文字
自然性符号	自然形成,符号过程出现在解读时	疾病征候等

所谓人为性符号是指由人类所创造，并且仍在继续使用与创造着的符号。所谓古意性符号当然也是人类所创造的，但它却是早已废弃而不为现代人所使用，也不再继续创造着的符号。考古学所研究的符号系统就是这种古意性符号。如，古埃及的象形文字，中国殷商时期的占卜符号。而所谓自然符号是指载体并非由人类着意创造，而是由自然事件自发形成的。但是只要成为符号，它仍必须是人类意指作用的创造物。诸如医学、气象学、占卜学等所研究的对象几乎都是自然形成的。但是，它们的意指内容可不是自然形成，而是人类长期研究之后在解读过程中所赋予该载体的，所以说它仍然是符号、是人类意指作用的创造物。

3.1.8 符号的分类

除语言符号外，其实在人们的生活中纷至沓来的一切文化现象都可以视为符号系统，真可谓“目”不暇接。为了对如此众多纷繁的符号系统整理出头绪来，就要对它们进行必要的分类。究竟应分为哪些类呢？这就要看人们是基于符号的哪一特性来给它们进行分类的。由于符号具有众多性质，所以从不同的视点就可以有不同的分类。如上所述，可以从符号要素的视点来分，可以从符号的物理存在形式来分，可以从符号的感知形式来分，可以从符号的生成动机来分，可以从符号的分节形式来分，还可以从符号的来源来分等。

之所以津津乐道于符号的分类，是由于不同的分类都分别关联着符号系统的某一方面的操作特性。符号的要素与符号的物理存在形式关联着符号的实体，不同的实体决定了符号系统不同的物理加工方式，并且物理存在形式还决定了符号系统究竟是时间型还是空间型的语构形式；符号的感知性决定了符号能指是对哪个感官的驱动，从而产生怎样的所指，决定了它应有的语义，并决定了符号系统的传达；符号的动机性关联着符号系统的编码性质与符号系统功能的实现；符号的分节性决定了

符号的价值，决定了横组合关系与纵聚合关系（参阅下一章），决定了符号的替换关系与系统的传达效率。所以一个符号系统的符号一旦明确了不同视点的分类就能真正掌握它的最根本的特性与应用。

3.1.9 能指与所指的非对称性

所谓符号，按理就是能指与所指紧密结合的双面体，也就是说，是缺一就不成其为符号的。在能良好实现抽象信息传达的理想传达中，规则（Code）规定了两者之间的对称结合关系，即符号成为能指与所指排他的一一对应关系。任何一方的单独出现，都是没有意义的，不可能被视为符号。因此把这种关系称为符号能指与所指的对称性。

但是，符号能指是有实体的，有物理的存在，而所指则没有。所以在人类的心理上，能指是可被感觉系统直接认知的，而所指只是抽象的信息则无法被任何感觉系统所直接认知。在心理上能指往往能成为符号整体的代表，而所指则不能。所以，就形成了两者在心理上的不平衡，出现使符号双面体的天平倾向符号表现（能指）一侧的非对称性。因此，反过来也就很容易把似乎像某一能指的形式视为符号，而无法接受把似乎像某一所指的内容视为符号。例如，作为基督教象征的“十字架”对于虔诚的基督教徒来说，作为佛教象征的“万字”对于虔诚的佛教徒来说，甚至几块叠在一起的石头对于笃信神道的日本人来说都是信有所指的，而实际上并不知道它究竟是否有什么含义。又如，在艺术作品中，即使不知道某一符号能指的变形是否将有新的含义，但都被视为独立的符号。因此在信文中往往会使用这些貌似符号的东西，从而超越了既有的规则，出现众多不确定性。

正因为这种能指与所指的非对称性冲破了原有符号系统的封闭性与稳定性，导致如图 3-6 所示的新符号诞生的可能。当形同符号的某形式出现时，常被视作新符号使用，因而就出现众多语义的不确定性。但被作为准符号在反复的使用中，最为常用的语义最终与该形同符号的形式形成固定的结合，终于导致了新符号的诞生而被纳入既有的符号系统。其实这是诗文中极为常见的现象，如唐诗中一切典故的使用就属于这种现象。

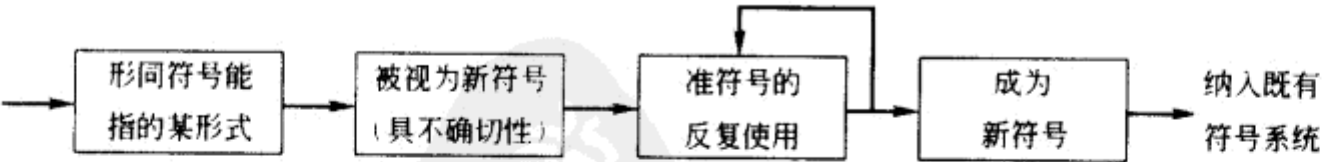


图 3-6 新符号的创造与衍生

3.2 符号系统的语义学规则

3.2.1 符号内容

符号之所以成为符号，在上一章就已说明了在于它通过了人类所施行的符号过程中的意指作用，对它进行了赋义、赋值，使它具有了意

义。研究任何符号系统能指与所指关系的学术领域就是语义学，也就相当于辞书学的研究领域。而赋义、赋值功能在语义学领域起着极为重要的作用。具有符号内容（所指）是使一个形似能指的对象成为真正符号的必要条件。换言之，凡是符号都必然具有符号内容。所以，具有语义学规则是成为符号的必要条件。

但是，当能指是某一指示物时，那么能指就与具体所指示的对象一一对应，如各专有名词就是这样。但是，这种能指与所指一一对应的符号系统将会过于严密，而限制了自身的适用范围（成了特定个体集），从而将使自身成为封闭的系统，再也无法发展。又因为这种符号系统中作为能指的指示物具有排他性，所以每当出现一个新事物时规则中必须加入一个新的符号如中国的公民身份系统就是这样，即每当诞生一个新生儿就要给他一个新号码。公民身份系统的性质决定了它不得不如此，但诸如语言这样的符号系统，这种封闭性就会使符号系统变得过分庞杂，不灵活、不经济。

当符号的所指是意义时，则由符号语义学规则所规定的意义，就与具有相同价值的指示物系列相对应。也就是相当于规定了该能指所适用的指示物所应满足的条件。如，“中国人”一词它实际上相当于规定了作为任何一个个体的“中国人”的条件，所以它不仅可指张三、李四，还可以适用于已故者、适用于健在者、乃至适于用未出生者。由于意义不具排他性，这一符号就适用于所有满足作为“中国人”条件的任何一个新对象。并且，当出现新的意义时，也可视为原有符号内容的变更。如从前所说的中国人都是指具有中国人血统者，但当现代国籍的概念诞生后，它还指加入中国国籍的外国人血统者。由于这种变更，使系统就成为一个开放的系统。

### 3.2.2 语义三角形

正像上面所说的那样，作为符号内容的所指往往可能有两种形式，一种是指示物、另一种是意义。可以说符号这个双面体的内容层面往往“贴着”两种不完全相同的所指，而构成一个如图 3-7 所示的语义三角形。一种所指是“指示物”，另一种所指是“意义”。那么符号的两种所指间究竟有什么异同呢？

所指中的意义是始终存在的，而指示物则未必。像语言或文字中有

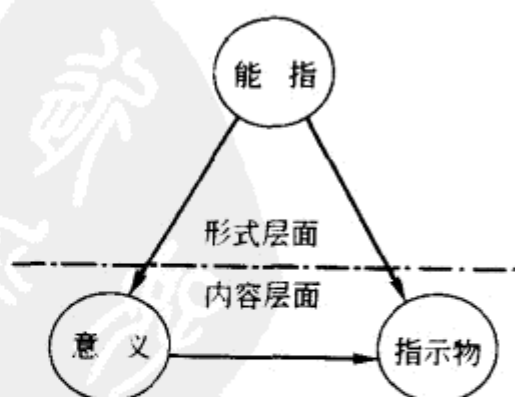


图 3-7 语义三角形



“鬼”或“麒麟”等词，显然在客观世界中并不存在鬼或麒麟这种指示物，但是它们作为一个词的所指都有明确的意义。可见两种所指中意义具有更重要的地位。可以说所指的意义指明了所有符合该所指的指示物的内在表现，或者说应该满足的条件。

又如汉语中的“门”字这一符号，它所指的指示物就是各种建筑里的一道道具体的门。而它所指的意义又是什么呢？就是作为门所应具有的功能：也就是在建筑物原本被阻断的地方设置的开关设备，具有使人、物通过的功能。凡有这种功能的对象都可以称为“门”。所以不论是木门、铁门、玻璃门，都是“门”。也不论是建筑物内部四周全封闭的门或建筑物外部围墙上上方半开放的门都无例外。甚至于像说“国门大开”这种无形的门也可以称之为“门”。如果说在造字之初还只指有形之门的话，那么像“国门大开”这种无形的“门”就是满足上述条件的新对象了。这是由于“门”一词的意义并不具有排他性，所以当出现新意义时，可视为原有符号内容的变更。由此可见符号的两种所指中“意义”较之“指示物”具有重要得多的价值。它使任何符号都可应用于与其“意义”相符的任何“指示物”，而符号的存在也就是与其“意义”相符的“指示物”的存在。

### 3.2.3 虚指示物

如果一个符号出现一种不符其“意义”的“指示物”时，那么这就是它的“虚指示物”。虚指示物的出现有两种情况，一种是无意中如此指称，另一种是故意如此指称。前一种可说是符号的“误用”，而后一种则是“谎言”了。在一个符号系统未被充分掌握时“误用”是屡见不鲜的。在一个符号系统已被充分掌握后，像赵高那种指鹿为马的“谎言”也不在少数。如果仅仅是“误用”的话，此时现实的指示物应优先，可由现实的指示物来对误用了的符号进行订正。但对在淫威之下的指鹿为马，那只能心中有数而已了。设计中并不乏这种“虚指示物”，在现今的室内装修中，不少人热衷于非中华文化的虚指示物如假壁炉等的设置。又譬如建筑中为了对称起见，在没有门的墙面上设置一道假门或在有门的墙面上隐去这道真门。前者是门的“虚指示物”，而后者则是墙面的“虚指示物”。这时出现这种虚指示物是对应于语言的“误用”呢，还是“谎言”，使用者大概都会心中有数吧。

如果一种“虚指示物”被广泛接受的话，就会出现符号的一种新的用法，这就是“比喻”。譬如，见大雪纷飞而指称为“鹅毛”，最初可能是哪个小孩的“误用”，但是这种误用如被接受并广泛使用的话，就演变为一种“比喻”了。在“比喻”这种“虚指示物”存在时并不排斥现实指示物的存在。往往两者处于共存共竞的对等地位乃至兼而用之，如指称为“鹅毛大雪”。如果这种比喻用于暗示“虚指示物”比现实“指示物”更加出色，以减弱现实世界对虚拟世界的抑制时，这就成了宣传了。

### 3.2.4 明示义与暗示义——外延与内涵

符号是通过符号过程中的意指作用被创造出来的，所以是由意指作用确立能指与所指的结合关系。被确立的关系以编码规则的形式确定下来，并加入到既有的符号系统中去。这种由规则所确定下来的符号内容（所指）就是该符号的明示义（如字典中所规定的文字字面上的意义）。例如，汉语中以 [ meigui] 作为符号的能指时，它的所指则为蔷薇科带刺的观赏植物的玫瑰。通过意指作用将这两者结合起来就形成符号“玫瑰”一词，并登录在辞书中。蔷薇科植物的玫瑰（所指）这一词义就是符号 [ meigui] 的明示义。所以，明示义也就是前述的符号的意义（Sense），或者称为符号的外延（Denotation）。

但是这个由能指与所指相结合的符号整体“玫瑰”往往又能成为高一层次的符号形式（能指），于是就出现高一层次的意指作用。在这高一层次的意指作用下确立了这个高一层次的新的能指“玫瑰”与另一个新的所指“爱”的结合关系。这一新所指“爱”就成了原符号能指 [meigui]（玫瑰）的暗示义，也称为涵义。或者称为符号的内涵（Connotation）。因而，[ meigui] 一词的意义就是蔷薇科带刺植物的玫瑰，而 [ meigui]（玫瑰）一词的涵义就是“爱”。

符号的外延为符号规则所确定，而符号内涵则不为符号规则所确定，不为辞典所标明。内涵的形成关系如图 3-8 所示。

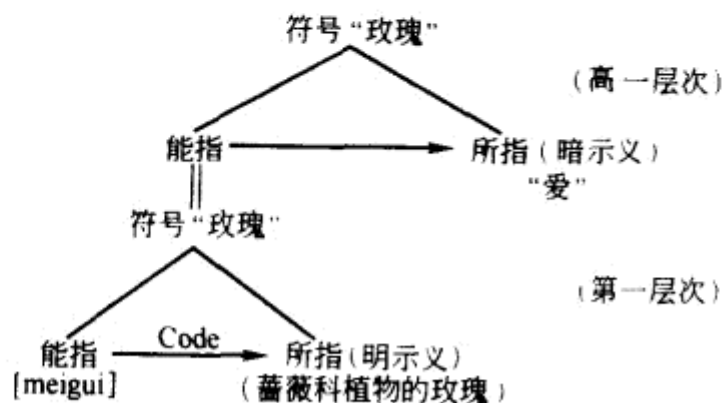


图 3-8 符号的内涵

外延与内涵在符号性质上有较大的差异。首先在功能上内涵是以外延为前提的。并且，外延是为编码规则所规定的，所以能指与所指的结合关系稳定；而内涵不为编码规则所规定，是使用者的一种主观价值，所以能指与所指的结合关系基于主观判断，极不稳定。如果内涵被长期广泛地反复使用的话，就有被规则化，成为准编码，而使自身出现外延化的可能。如前面的玫瑰一词是基于外来文化的内涵。在老一辈人中间这种主观价值远未被确认，而很少使用，所以始终未被外延化。但是，在新一代人中间这种基于外来文化的主观价值已成冲垮固有文化的泛滥之势，使用的频度大大增加，或许在哪一天有被彻底外延化的可能。又如，符号“桃色”一词，它的外延是桃花的粉红色颜色；而其内涵则指风流韵事。长期来“风流韵事”这一内涵已被广泛使用，逐渐这种用法

已有被固着下来而最终出现规则化的可能，或许不久一天将会成为外延。而这种内涵的外延化将会威胁到原有外延，乃至出现取而代之的可能。像“桃色”一词目前虽未达到取而代之的程度，但这一倾向已经十分明显。在某一天或许会出现取而代之成了新外延的可能。

这种在具有外延的同时，还将出现内涵的现象不仅在语言符号中有，并且在非语言符号中也有。所以是符号现象的重要表现，在设计符号中也是一个重要的现象。所以将作为符号学的一个重要的概念被反复应用，必须充分理解与掌握。在未曾接受设计专业教育、深入专业训练的来自自由艺术的从业人员，往往会在设计中颠倒了外延与内涵的关系，从而搞乱了设计的价值观。具体的分析将在以后章节中详述，这里暂且表过，不再赘述。

### 3.3 符号系统的语构学规则

#### 3.3.1 语构学规则的作用与特点

##### (1) 语构学规则的作用

在信文的编制中，只孤立地使用单位符号肯定是不可能表示复杂的语义结构的。为了能够构成更为复杂的语义结构就有组合更多符号的必要。这就像幼儿学话一样，最初他只能孤立地使用少数单词，语言的表现能力非常有限。但当他逐渐地掌握了更多的单词（反过来说就是有更多的语义规则对他进行制约），学会了遣词造句（反过来说就是有了语构规则对他进行制约）之后，他就能构成更为复杂的语义结构，表现能力就会难以置信地提高。但是为了使更多单词的组合能被收信人所理解、为发信人所掌握，符号与符号的连接方式就应按一定的排列关系构成。研究这种连接关系的学问就是语构学，规定这些连接关系的规则就是语构学规则。所以，有了这种语构学规则就能组合起单位符号，排列成语构单元（句）。就可使符号表示更为复杂的语义结构，就可使发信人有效地进行信文编码，就可使收信人有效地进行信文解码，重建信息，就能使信息最终从语境中独立出来。

为此，符号系统的语构学规则，就要明确地规定哪些排列关系可被容许，哪些排列关系不被容许。但是，并不是所有的符号系统都具有明确的语构学规则。根据有无语构学规则，符号系统可分为两类：一类是有语构学规则的符号系统，如语言；另一类是无语构学规则的符号系统，如涂鸦、现代抽象绘画以及某些极端的前卫书法。有语构学规则的符号系统往往也有不同的语构类型，可分为自立型的语构规则与外界依存型的语构规则两类。

##### (2) 自立型语构规则

所谓自立型的语构规则完全取决于系统自身的规律，不为所意指的外部世界的表现所左右。汉语就具有这种性质，所以是自立型的语构规则。当有如图 3-9 所示的外部表现时，汉语可以有与之一致的表现：如

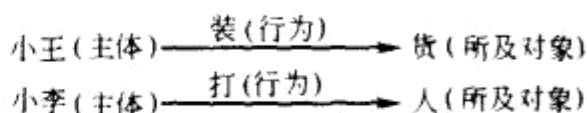


图 3-9 外部世界的表现

“小王装货”与“小李打人”。这时的外部表现为：“主体将一个行为及于客体”。而其语构为：“主语+谓语+宾语”，语构与外部表现一致。但是，不论是汉语或者是日语，只要是语言就未必始终与外部表现一致。如汉语的“小王装车”一句中，车就并非宾语。又如日语的“李さんが人を殴る”的语构为：“主语+宾语+谓语”。两者就都不与外部表现一致，它们的语构是自主确定的并不完全依存于外部世界。一般具有自立型语构规则的符号系统都是有较严密、较完整规则的符号系统，或者是有很严密、很完整规则的符号系统。属于前者的有自然语言等，属于后者的有数理语言等。

### (3) 外界依存型语构规则

符号系统未必都具有语构规则。如现代绘画中的形状符号，就是一种没有语构学规则的符号系统。同样，现代绘画中的色彩符号，也是一种没有语构学规则的符号系统。在这些系统中，符号在空间的配置不受任何制约。又如莫尔斯电码本身也是这样，没有任何规则规定它必须如何组合，也可以说是一种没有语构学规则的系统。

但是，用莫尔斯电码来构成某种语言的通信符号，它就将出现严格的语构规则的制约。如用它进行汉语的通信，那么这时它必须接受汉语的全部语构规则的制约；如用它进行日语的通信时，它就必须接受日语的全部语构规则的制约；如用它进行英语的通信，这时它又必须接受英语的全部语构规则的制约。也就是说，在这种通信系统里的莫尔斯电码就具有了语构学规则。但是这种规则并不是自立的，完全依赖于它所依存的外部世界的规则，所以这样的语构学规则就称为外界依存型语构学规则。

属于外界依存型语构的系统除了像莫尔斯电码那种系统之外还有诸如交通红绿灯信号那样的系统。按理红绿灯的开闭可以是完全自由的，不受任何制约。但是当它作为交通管理系统的符号使用时，就要受到它所意指的外部世界——交通管理体制的全面制约，从而成为具有严格语构学规则的符号系统。

设计中也是如此，按理形状、色彩、材质符号本身没有语构学规则，但是，因它们所依存的设计对象是有含义的，这含义就是它必须实现的功能，这种功能要求这些形状、色彩、材质符号必须遵循特定的结合关系从而使它具有了语构学的规则，成为一种非自立型语构规则的符号系统。符号系统的这两种分类并不是完全分割的，就像自然语言虽说是自立型的符号系统但是它也在一定程度上依存于它所意指的外部世界。



### 3.3.2 语构规则的条件与作用

那么怎样的符号系统才符合具备语构学规则的条件呢？语构学规则是为了使符号系统能构成具有更为复杂的语义结构的信文而出现的。如果每个符号的所指本身就没有充分的分节能力，所指功能不能得到充分分化的话，即使具备了语构规则也不可能构成具有更为复杂语义结构的信文，这时即使有语构规则也是枉然。所以只有所指本身具有充分的分节能力，所指功能得到充分分化的符号系统才有必要和可能形成语构学规则。

综上所述，一个符号系统必须也必然具备语义学规则，因为这是成为符号的必要条件。反之，一个符号系统未必具备语构学规则，即使具备语构学规则，也未必是自立型的语构规则。同样还可以举幼儿学语为例：在学语之初，他首先把握了部分语音与少数词汇，即语义学规则，于是开始按当时的意向将少数词汇随机排列，构成高度语境依存型的表现。或许不是与他朝夕相处的父母就根本不知所云，可能想说：“我要吃饭”，但是人们听到的或许只是：“饭饭，吃！”这样的表现。可能想说：“大狗生了小狗”，但是人们听到的或许却是：“小狗，大狗，生！”这样的高度语境依存型的表现。随着幼儿不断的成长、不断地学习，逐渐地掌握了语构规则后也就逐渐地从语境中独立出来，最终终于全面地发挥了语言符号的功能，创建一个独立，并平行与外部世界的，语言的“虚拟世界”来。可见，越是高度发展的符号系统就越具有严格的语构学规则，就越具有高度的表现能力。可见，规则的严格性与表现能力的充分性非但不是矛盾的，而是相辅相成的。

由上可知幼儿在掌握语构规则的同时也使自己逐渐地脱离了现实的外部世界的制约，摆脱了本能的控制。可见，语构规则提高了符号系统对外部世界的独立性，语构规则提高了符号本质（传达）的任意性。符号的编码规则创造出了独立并平行于客观现实世界的“虚拟世界”，一个真正的符号的世界。这是人类所独有的现象，是使人类脱离动物界的最根本的标志。

### 3.3.3 语构排列的时空形式

一切有语构规则的符号系统，它们的语构排列仍有种种的差异，一般来说可以分为三种类型。这就是时间型语构、空间型语构与混合型语构。

#### (1) 时间型语构

所谓时间型语构是指语构沿时序作一维排列的语构规则。像语言符号就是时间型语构，这种性质也就称为语言的一维性（线条性）。像语言符号这种沿时序作一维排列的语构，并不受外部世界（如同时事件）的影响而改变。也就是说它有独立于外部世界的语构规则。具有这种语构规则的符号系统，除了语言之外还有文字符号。尽管文字符号看上去像是空间二维的符号，按空间二维排列，但在本质上是时间的一维性

排列转化而来，受时间的一维性的严密制约，并且在阅读时还将重归时间的一维性。所以，不妨说文字符号仍为时间的一维性（线条性）符号。此外属于时间型语构的还有音乐符号。音乐中的独奏独唱具有时间的一维性是不言而喻的。音乐中重奏重唱的各个声部分别都具有时间的一维性，声部间具有同时并置的和声关系。换句话说，是各个声部按和声关系同时并置后的时间型语构。音乐中的管弦乐，也与重奏重唱类似，它是各声部各乐器各自的时间一维性与各乐器间的同时横向并列相接合构成的横向并列的一维时间型语构。但是，各乐器各声部间具有同时并置的和声与配器关系，所以语构规则制约力较弱。此外，音响设计中的音响符号也是时间型语构的符号系统。

### （2）空间型语构

所谓空间型语构是指语构沿空间作二维乃至三维排列的语构规则。属于这种语构规则的符号系统有摄影符号、绘画符号、地图符号、雕塑符号、建筑符号等。如摄影符号具有从三维到二维排列的空间型语构（透视），尽管它似乎非常直观，其实语构规则未必自明。如空中摄影与全息摄影就是如此，前者的透视规律不是一般人经常所能观察到的，而后者则完全没有了直观性。又如绘画符号中的写实绘画既具有语构规则相当严密的部分——透视画法；也具有语构规则很不严密的部分——色彩画法（固有色或环境色）。其中的东方绘画的规则则更不严密，如散点透视，乃至带有随意性，一定程度上按主观所想的绘画。从近代的某些西方绘画来看也是如此，是否具有语构规则实在令人不得而知。他们不按所见绘画（这是有规则可循的），而按主观所想绘画（谁知道他怎么想的呢？这就完全没有规则可循了）。再如地图符号，它从地球表面三维的椭球面到两维的平面是有严格的规律可循的，这就是数学上的所谓映射。在一次映射中可分别采用平面投影、锥面投影等。前者对局部的地图可一次成形，而后者先将椭球面上的地理位置映射到可展开曲面上。在二次映射中又分别采用直接投影、等面积投影、等距离投影或等方向投影等将可展开曲面上的地理位置映射到平面地图上。在这一形成过程中也是具有非常严密的空间语构规则的。这些符号系统的语构都与语言的一维性形成对比，具有空间显示性。

### （3）混合型语构

所谓混合型语构，是指那些具有四维时空存在的符号系统在构成上既具时间性，又具空间性的语构规则。像戏剧符号、舞剧符号、歌剧符号等都属于混合型语构符号系统。在传播设计中，如影视传播就是具有这种混合型语构最典型的符号系统。这些符号系统都是既具有时间的一维性，同时又具有空间的显示性的符号系统。

#### 3.3.4 横组合关系与纵聚合关系

在一个符号系统中，语构学规则将规定符号与符号之间可被允许的结合关系。今以汉语为例，假定在信文构成时按汉语语构规则如果有

(I + II + III) 这样一种可被允许的联结方式的话, 那么就能用适当的词如李四、抚摸、小狗分别填入 I、II、III 三项中, 这样就构成一种横向的邻接关系。这种符合语构性规则的、横向的、一维邻接的、近接性特征关系是一种正确的汉语表述关系, 就是语构性关系, 也称为横组合关系 (Combination)。这种横组合关系, 就规定了一种既被允许的, 又具有正确语义结构的表述, 这种表述就具有了言语的特征。如图 3-10 所示的“李四抚摸小狗”就是一种横组合连接关系。

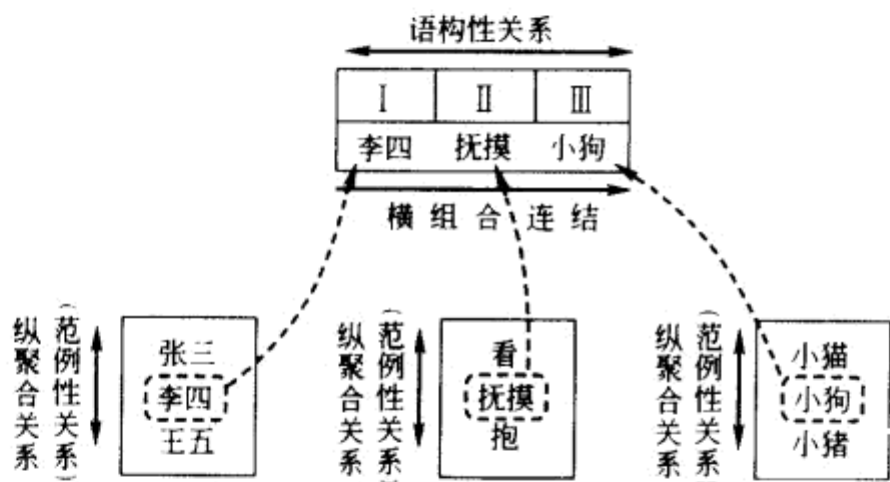


图 3-10 语言的横组合与纵聚合关系

在一个符号系统中, 语义规则将规定每一个符号的能指与所指的结合关系。在全部所指中, 按其性质的相似可以将它们纳入 I、II 或 III 的同一类中组成如图所示的纵向叠合。在信文构成时, 就能按 (I+II+III) 的语构规则分别在这三类中任选一项、并且在每一类中也只能选取一项组成横组合关系。这种在纵向叠合的同类项内分别由等质性与排他性赋予它的特征关系就是范例性关系, 也称为纵聚合关系 (Paradigmatic)。上述例中, 以所有的 9 个汉语词汇为例, 按所指的性质可以分为如下三组纵聚合关系类:

- I. 张三、李四、王五 —— (三项同类皆为人物);
- II. 看、抚摸、抱 —— (三项同类皆为行为);
- III. 小猫、小狗、小猪 —— (三项同类皆为小动物)。

而汉语语构规则允许的联结方式是 I + II + III。那么这 9 个符号组成的系统共可构成的信文总数最大值为 27 个。

在汉语系统中, 这种处于横组合关系的各个成分是不允许交换位置的, 这是由汉语语构规则所明确规定了的。而这种处于纵聚合关系的成分是可以任意替换使用的。如图中所示, 凡属于同一纵聚合类的符号都具有等质性, 在信文构成时在同一类中可以任选一项。但是, 同类项内的符号相互间又具有排他性, 也就是在信文构成时同一纵聚合类中也仅能选择一项。这就相当于外语学习中的替换词练习, 在各个具有特定语义限制的替换词集团中可任选一项, 构成各种被允许的表述方式。

构成联结的语构类是由特定语义特征的项构成, 它们与语义学中的辞书、语构学中的语法完全吻合。上例中它们的关系如下所示:

- 语构类Ⅰ——共有“人类”这一语义特征；
- 语构类Ⅱ——共有“广义行为”这一语义特征；
- 语构类Ⅲ——共有“动物”这一语义特征。

在言语的构成中，处于横组合关系的各项间是不能任意交换的，而处于纵聚合关系的各项间可有排他性地相互替换的可能。这不仅在语言系统中是如此，即使在非语言系统中也是如此。

3.3.5 惯用型现象

一般在符号系统中，如果存在语构规则的话，就可构成高维复合的系统。这种语构规则规定越明确，一般“语构单元（句）”与“符号（词）”的区别也就越明了。如果这一符号系统是语言符号的话，那么信文中句与词的区别就非常明了，段与句的区别也相当明了。反之，这种语构规则规定越含糊，“语构单元”与“符号”的区别也就越含糊。并且，“语构单元”与“文本（段落）”的区别也越暧昧。如现代绘画，由于语构规则非常含糊，所以究竟点、线、面是符号呢，还是整幅作品是符号？又如办公桌椅的设计中，语构单元是椅子的靠背呢，还是整张椅子？有的符号系统即使有语构规则的规定，语构单元与符号的区别也未必区别明了。如语言中“炒鱿鱼”究竟是句呢，还是词？

如果存在语构单元与符号的区别未必明了的话，就有可能产生惯用型。惯用型的本质虽不同于语义学中单一符号的“内涵”，但如图3-11所示，在形式上可以对照单一符号“外延”与“内涵”的关系来说明。如由“炒”与“鱿鱼”构成的语构单元“炒鱿鱼”可能成为上一层符号的能指，而上一层符号的能指又出现上一层符号的所指“解雇”的涵义。这一“解雇”就成了“炒鱿鱼”的内涵。但当这一内涵非常发达时，能使语构单元成了一个上一层的独立符号。这个上一层的独立符号即为原语构单元的惯用型。

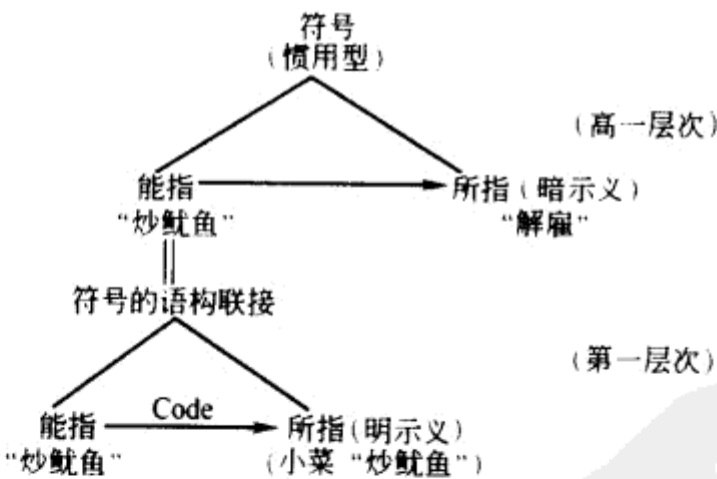


图 3-11 符号的惯用型

这种本来意义上的语构单元是为编码规则所规定的，所以其语义结构的关系稳定；而惯用型与符号单位的内涵相似，也不为编码规则所规定，同样是使用者的一种主观价值。所以作为能指的语义结构单元与上一层所指的结合关系也不稳定。这种惯用型在被长期反复使用后也同



样会出现规则化、形成准编码的可能，从而产生了意义的多重性。在人工语言中可预先规定不产生惯用型现象的规则，而在日常语言中虽有符号规则，但却没有不产生惯用型的规定，一般，惯用型的现象非常发达。这种现象在一般的非语言符号系统中也是如此。

综上所述，内涵的出现有两种情况，其一是由符号单位形成的暗示义，其二是由语构单元形成的惯用型。内涵的出现既是语言系统的重要现象，也是一切符号系统的重要现象。在设计符号系统中因惯用型形成内涵的现象，也是一个重要的现象。

### 3.4 文本

#### 3.4.1 闭锁世界与非闭锁世界

如果一个符号系统，其符号规则中虽有语构规则的规定，但只有惟一的语构单元时，在这个符号系统中将有语构单元 $\equiv$ 文本 $\equiv$ 信文的关系。那么这个系统就根本不可能发展，将是一个封闭的系统。如交通红绿灯系统中，只有“绿——黄——红”惟一的一个语构单元，所以它是一个不能发展的封闭系统。

当一个系统的语构规则中有语构单元与文本的区别，有符号排列的规定，还有由“语构单元”进行“文本语构”排列的规定时，就有可能进行如下式所示的高维的复合。

符号 $\xrightarrow{\text{(复合)}}$ 语构单元 $\xrightarrow{\text{(高维复合)}}$ 文本（高维复合单元）

系统就是一个可以不断发展的非封闭的世界。在该系统中符号是语构单元的基本单元，“文本”则是“信文”的基本单元。

#### 3.4.2 文本语构规则\*

任何一个符号系统，只要是非封闭系统的话，在一个“文本”中就必须能建立起语构单元间的联系，也就是必须有构成文本的语构规则，即文本语构规则的规定。这样就必然地出现在一个文本中进行语构单元间整合的必要。一般这种整合有两种形式，一种是从微观的角度进行的微整合，一种是从宏观的角度进行的宏整合。

##### (1) 微整合

微整合的方式一般如图 3-12 所示，采用部分信息的重复作为语构单元间的联系，并以此类推使在旧信息中不断加入新信息而逐渐膨胀、发展。所谓部分信息的重复具体地说可以是同一符号的重复，如部分名词的重复、代词的重复……等。譬如民间故事中常有这样的开头：“从前在深山里住着一位老公公与一位老奶奶。他们上了年纪但膝下无女。他们一年又一年地盼呀盼的真想要有个女儿……”。这里重复出现的代替老公公与老奶奶的“他们”就是所说的重复的同一符号。此外，语构单元间的联系也可以采用关系的接续，这种接续中有继时性接续、空间性接续与因果关系接续等等。譬如汉语中的“……，然后……”、

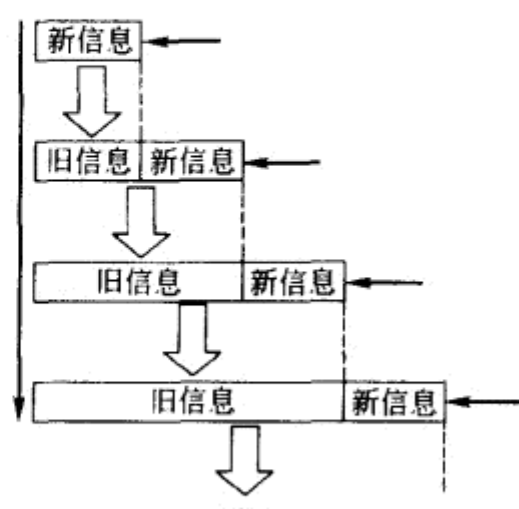


图 3-12 文本语构中的微整合

“……，同时……”、“因为……，所以……”与“虽然……，但是……”等利用接续词的接续。

尽管说语言系统中存在着文本水平的语构规则，但是它却不是完全“恣意的”规则化。也就是说这些规则不是完全约定俗成的，它还相当程度地依赖于对象自身的性质。与此相反，由于文本构成者主动地利用这些明确表示的关系，对对象的构成就不会受到约束，这就给出了重构提示为“虚拟世界”的自由。

## (2) 宏整合

所谓宏整合实际上就相当于文本水平语构的规则化。譬如，中国的诗、画都讲究个「起＋承＋转＋合」。不过诗是时间语构上的「起＋承＋转＋合」，而画则是空间语构上的「起＋承＋转＋合」。又如，民间故事往往采用「做坏事＋用计谋＋给予惩罚」这样的文本语构。而谜语则更多地采用「叙述＋矛盾＋叙述」的语构，或者更确切地表现为「X 是 A、又非 A，X＝？」的文本语构。如果是一篇人文学科的科学论文，一般都采用「问题提出＋问题展开＋结论」这样的语构规则。但是理工学科的科学论文则要稍稍复杂，常常要多一个环节成为「问题提出＋理论的展开＋实验的结果＋结论」的结构。与以语言为符号素材的符号系统一样，音乐符号中也具有文本语构规则。譬如，奏鸣曲就有严格的文本语构规则：「引子＋显示部＋发展部＋再现部＋尾声」。

一切文本语构规则，未必会受到不同文化背景人们的同等评价，尤其像以语言符号为素材的诗那样的「起＋承＋转＋合」的文本语构。它不仅有赖于构成者的主观判断，更主要地则有赖于构成者的文化背景，这种「起＋承＋转＋合」的文本结构并不为西方国家的人们所认可。

### 3.4.3 规则的约束力与语境的作用\*

在信文构成的各个层面都不同水平地受到规则的约束。但是，规则的约束力在文本构成的不同层面并不相同，一般随着由符号水平到语构单元水平再到文本水平的不断提升而逐级下降。某些符号系统，在符号的水平是否属于符号，规则的规定尚属明了，但到了语构单元水平是否

属于语构单元，规则的规定往往就未必明了了，至于到了文本水平是否属于文本，规则的规定则就更加含糊了。这种现象可说是一切符号系统的普遍现象。设计符号也不例外地存在着这种倾向。

与此相反，语境的作用则随着由符号水平到语构单元水平再到文本水平的不断提升也逐级提升。如在第一级、即符号水平一般规则的约束力很强，或许可以完全排除一切语境的介入，信文的编码与解码是完全依赖于规则的排他的封闭过程。但到了第二级，即语构单元的水平，信文的构成与信息的重构就开始了一定程度地对语境的依存，随着语境不同信文也就可能以不同的形式被构成或被解释。至于到了第三级，即文本的水平，由于话者主体的介入，就进一步出现依存于语境进行构成或进行解释的可能。同时也开始出现信文构成或信文解释中规则与语境冲突的现象，也会出现信文构成或信文解释中知识体系与推论的冲突，一般总是以知识体系为中心，而推论仅在其关联中才涉及。

话者主体的介入，在遵循规则规定的同时，以语境的改变创造新规则、开拓新世界，超越规则的规定进行信文的构成或解释，人类不断产生使规则松弛的作用，使仅受规则支配的封闭系统崩溃，能使文本中不充分的「无规定的局部」得以补充，有故意提示不完整文本作为信文的自由，有按各自的根据与认识解释信文的可能。对于诗学文本批评家的解释常不同于作者的意图，甚至可以说批评家可能比作者更好地理解作品。文本的风格可作为解释信文的依据，审美主体（收信人）可以充分发挥主体性。

### 3.5 语言与言语

#### 3.5.1 语言与言语的差异

以上一直在讨论着的几乎都是以语言为例的符号系统。在这些叙述中也明确了为了更好地实现符号的传达功能，能传达更为复杂的语义结构，符号系统就必须具有严密的语义学规则与语构学规则。语言这一符号系统也确实做到了这一点，从而使自己成为人类所创造的传达能力最强的符号系统之一。但是疏于符号学或语言学学习的人们往往也不禁要问，一个语言系统如果都给你用这两种规则死死地捆绑住了之后，不就人人都只能说着相同的话语了吗？其实每个人都共同用着规则相同、相当严密的汉语系统，难道就会千人一面地都说着相同的话语了吗？实际上即使大家都表达同一话题也仍然千人千面绝不可能有任何雷同之处。相反，倒是刚开始学语的幼儿，或者是刚开始学习汉语的外国人，仅仅掌握极少的汉语语义学与语构学规则的时候，几乎都只是说着雷同的少数几句话。究竟为什么会发生这种误解呢，说明这里还有一个重要的符号学概念，也是语言学中的一个极其重要的概念还没有好好交代，这就是语言与言语的二分法。它不仅是自然语言中的重要概念，而且还是一切符号系统中的重要概念。本节中就将就这一对相对立的、同时又是相反

相成的概念进行说明。

### 3.5.2 语言 (Langue)

所谓语言，几乎就是至此为止一直在讨论着的对象。它是一个整体的系统，一个由制约它的全部规则构成的系统，一个社会约定俗成的意义系统、价值系统。所以凡是使用这种系统进行语言交流的人们，就必须在使用中共同遵循这些规则，并且，还必须遵循它全部的规则。同时，因为它是一个全社会约定俗成的系统，所以任何一个个人都无法任意地改变它。作为语言，它将抵制任何一个个人通过自己的交流行为对它的任意改变。所以，一言以蔽之，语言是一种抵制来自任何一个个人的任意改变的、社会契约性的意义、价值系统。它表现为一个由严密规则构成的系统，或者说它就是系统的所有规则的总和、或集合 (Set)。

譬如汉语就是这样一种语言，它就是使用汉语的全社会的一种约定俗成的意义系统，凡是人们使用汉语进行交流时，收、发信人双方就不得不共同遵循它的规则，并且必须遵循它的全部规则。反之，任何一个个人都无法通过自己的语言行为去改变它。所以说，汉语是一种抵制来自任何一个个人的任意改变的、汉语文化圈内的社会契约性的意义、价值系统。所以可以视之为有严密的汉语语义学规则与汉语语构学规则构成的系统，或视之为由汉语全部的语义学规则与语构学规则构成的一个集合。

总之，语言并不指人们具体进行交流的言说行为，而是指制约人们具体言说行为的一个抽象的、整体的规则系统。

### 3.5.3 言语 (Parole)

之所以一些人们会产生“给规则绑死了我还能有充分的表达可能吗”这种错误想法，就在于它混淆了语言与言语两个极其重要的二分法概念。所谓语言在前面已经说了，它就是怕“给绑死”的规则系统。而所谓言语也称为话语，它才基本上是一种个人的、有选择性的、现实性的交流行为。它才是言说者主体依赖于运用语言规则来表达个人广义信息的、有选择的语言编码规则的结合，一种现实的、有选择的个人化的规则。言语既受语言系统对它的制约，又受个人生理、心理机制的制约。在进行言说时人们不仅有个人的用词的习惯，就是说有对语义学规则选择的习惯；还有个人遣词造句的习惯，就是说有对语构学规则选择的习惯；还有个人在发音上诸如声音的高低、快慢与音色不同等的特点。这些总合就构成了所谓的言语，但这些都不可能改变社会的约定俗成以及由之产生的意义系统本身、即语言。

言语是一种组合，是由符号在各种话语中的种种重复组成。譬如，人们每天都在用汉语这种语言，在交流活动中进行着言说行为。但是人们并不是用这个抽象的、整体的汉语系统在说话，而是在这个系统中有选择地挑出若干词汇，有选择地挑出若干结合规则不断重复着出现的组成。



总之，言语并不指人们赖以进行言说活动的那种稳定的、抽象的、整体的语言规则系统，而是指个人用来表达广义信息的、千变万化的语言符号的重复组成。

### 3.5.4 语言与言语的关系

语言是所有言说者的言语的工具。人们是在用语言这一系统的素材，塑造着个人千变万化的言语活动。所以，绝没有语言之外的言语，如每个操汉语进行言语活动的人们，绝不能脱开汉语这一语言的整体框架进行人们的表达。反之，语言又是言语的产物，是无数个人在长期历史的语言活动中由无数言语宏观地共同创造与积累的产物，它就像大海。而言语就像大海中的一个水滴，任何一个个人的言语活动的一个一个水滴又不足以改变整体语言这个大海的一分一毫。所以语言是稳定的、单一的，而由此产生的言语却是多变的、丰富的。语言是系统、表现为编码规则的集合，言语是组合（横组合关系）、表现为千变万化的信文。

从来就没有过言语的语言，它是根本不可能诞生的。如果从此没有了言语则语言也将从此消亡。反之，不在语言中的言语是不可能存在的，它是语无伦次不知所云，因此就失去了自身存在的一切作用与价值。所以为了言语的确切性与丰富性，就必须更牢的掌握更多的语言规则，以供自己的选择。语言与言语之间就是这样一种相辅相成的辩证关系。

正因为如此，所掌握的规则越多不仅不是话语越单一，相反是话语越丰富多样。前面所举的幼儿或外国人学汉语的例子不就说明了这一切吗！

这种语言系统中语言与言语的辩证关系，其实也同样地出现在一切非语言的符号系统中。设计符号系统也是如此，整体的符号系统就是语言，每一个设计的作品就是一次言说活动的言语。它们间的关系也无不如此。只有牢牢地掌握制约设计的一切规则，才能为人们表达丰富的设计语义结构提供最大的可能。

## 思考与练习

1. 何谓符号实体？何谓符号形式？这两者属于符号的表现层面还是内容层面？符号系统的内部结构是与符号实体还是形式相关？
2. 符号有哪些存在形式？有哪些不同的感知方式？两者分别与什么相关？
3. 为什么会产生能指与所指在心理上的不对称性？为什么说它与新符号的诞生相联系？
4. 何谓符号的动机？按有无动机以及动机的不同符号被分为哪几类？
5. 何谓符号的分节？它有哪些功效与特性？分节有哪些分类？
6. 什么是语义学规则？是否凡符号系统都存在语义学规则？
7. 一般符号有哪两类所指？它们之间有怎样的关系？为什么会出现意义优位的现象？

8. 何谓符号的暗示义？又称什么？它与明示义间存在怎样的关系？
9. 语构学规则有何作用？是否凡符号系统都存在语构学规则？它存在的条件是什么？它与创造有什么关联？
10. 语构排列有哪些时、空类型？它与什么相关？
11. 符号允许构成横组合关系的条件是什么？在信文中这些组合成分是否允许相互替换？为什么？
12. 符号允许构成纵聚合关系的条件是什么？这种纵聚合中具有怎样的特性？这些聚合成分是否允许相互替换？
13. 何谓惯用型？它与暗示义间有何异同？
14. 何谓闭锁的符号系统？在什么情况下会出现闭锁系统？如何才能使闭锁系统成为非闭锁系统？
15. 何谓符号的文本语构？在其结构中有哪些整合方式？如何实现？
16. 在信文的不同层面上编码规则的约束力与语境的作用力分别有怎样的变化？
17. 符号系统中人类作为主体的介入，会给系统带来怎样的影响？
18. 什么是语言，什么是言语？两者之间存在怎样的辩证关系？
19. 语言规则的严密、完善会给言语的表述能力带来怎样的影响？会使表述能力受到相应的束缚呢？还是使表述变得更为丰富、多样？

# 第4章 文化符号学

前面几章主要是以语言为对象研究了符号的种种现象、作用、性质，符号系统的规则、符号系统研究领域以及符号系统的四组相辅相成的极为重要的概念：能指与所指、外延与内涵、横组合与纵聚合、语言与言语。在前几章中提到符号的时候，可以想起它主要地是指语言。从本章开始还在说“语言”，但是却要时时刻刻地想起更主要地是指非语言的符号系统。

## 4.1 非语言符号的功能与结构

### 4.1.1 两种特征对立的功能 (Function)

所谓符号的功能，就是以符号的效能与所起的作用为研究对象的问题，也就是研究人类用符号来做什么的问题。前面两章更多地关系到语言符号，在第2章中也阐明了语言符号的作用。其实符号的作用就是符号的功能，本章所述的则是涉及所有语言与非语言符号的功能问题。并且，正因为符号的功能的存在，才在符号中浮现出作为主体的人类的映像。

那么人类创造符号用来做什么呢？只要符号存在，它就会向人们意味着些什么、诉说些什么，人们也就能从它那里读取些什么乃至受到某种驱动。已经知道语言符号不在话下，即使是产品符号也是如此。比如一台电视机只要它存在，它就会向了解它的人们意味着、诉说着它应有的功能，人们也就能从它播放节目的功能中受到驱动。因此所有符号也与语言符号一样，人们之所以创造它，也就是有意或无意地是为了向他人表示它的作用，传达它的作用。概括地说人们就是为了传达过程的需要才创造了符号。

在第2章中就在符号的传达过程中，阐述了符号的6项传达要素。在这6项中确立符号功能的决定要素有“信文”、“信息”、“发信人”与“收信人”等四项。而在该过程中惟一联系起这些要素的是处于中心地位的“信文”。符号的功能也就取决于信文对其他各要素间的意向性关系。如图4-1所示，符号的功能有两类：一类是符号的实用功能，也就是符号所意味着的文化价值的传达功能；另一类是符号的美学功能，或者说是一种情感的体验功能。其中，符号的实用功能也就是其“信息”的传达功能，它取决于信文对信文之外的其他三要素之间的意向性关系，而符号的美学功能则取决于信文对信文自身的意向性关系。

#### (1) 实用功能与信文的目的构成

信文对其他三要素间的意向性关系分别形成了实用功能中的表现功

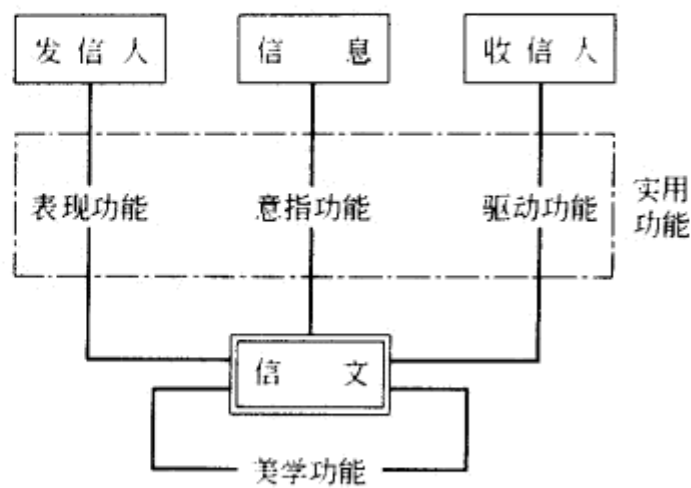


图 4-1 符号功能

能、意指功能与驱动功能。

其中的意指功能就是第 2 章所说的意指作用，是因信文对抽象传达内容的意向性关系，从而使符号系统带上特征的功能。这种意向性就是信文对广义信息的意指作用。正因为有了这一意指作用才有可能实现抽象信息的传达。所以，实现意指作用的功能就是意指功能，它是实用功能的核心。正由于意指功能的实现才有可能使发信人通过信文进行信息的表现，也才有可能实现使信文中的信息对收信人的诉述与驱动。所以，意指功能是实现驱动功能与表现功能的前提，是实现传达的保证，是实用功能的核心。

实用功能中的表现功能就是第 2 章所说的表现作用，是因信文对发信人所存在的意向性从而使符号系统带上特征的功能。这种意向性就是发信人对信文的表现作用。正是这一表现作用才决定了传达的是否可能与开始。所以，这一传达的实现是以意指功能为前提的，同时，它自身与意指功能一起又成为驱动功能的前提。

实用功能中的驱动功能就是第 2 章所说的驱动作用，是因信文对收信人所存在的意向性从而使符号系统带上特征的功能。这种意向性就是信文对收信人的申诉、阐述与驱动的作用，统称之驱动功能。正是这一驱动作用才标志着传达目的的最终实现。所以，它也是传达的最终目标。它的实现是以意指功能与表现功能为前提的。

凡有实用功能的系统，发信人的信文构成都只不过是一种手段，它在信文之外存在着更为重要的目的，这就是所意指的“信息”。所以这种在信文之外还存在着意指信息的信文编码过程称为目的构成。

在目的构成中，为了传达的实现，它对信息的意指作用是以收信人能对它的确切了解为目标的。所以，在目的构成中所考虑的，不是以发信人自己想如何表现，而是以最广大收信人将会如何读取并如何重建信息为最根本的考虑。以发信人能确切地掌握与收信人共知共识的编码规则，并始终围绕欲表达的信息来使用这种编码规则进行信文构成为前提的。换句话说，就是始终应以与收信人共通的“语言”来说发信人想说的“言语”。



图 4-2 所示的就是用工程图学符号系统所构成的，齿轮油泵装配图这一目的构成“信文”。为了信息的理想传达，就是能使下一道装配工序的操作人员（收信人）明白无误地读取它的信息，所以它的每一个符号单元都直接地受收信人所掌握的工程图学语义学规则，或间接地受收信人所掌握的机械零件语义学规则的支持，都有明确的意义。而它的每一个符号单元间的相互结合关系都直接地或间接地受收信人所掌握的几何学、工程图学、或机构学的语构学规则所支持，能构成复杂而明确的语义结构。所以，这种图学的规则系统是约定的，信文的含义是明确的。信文的实用功能就是向收信人传达了齿轮油泵的装配方法。

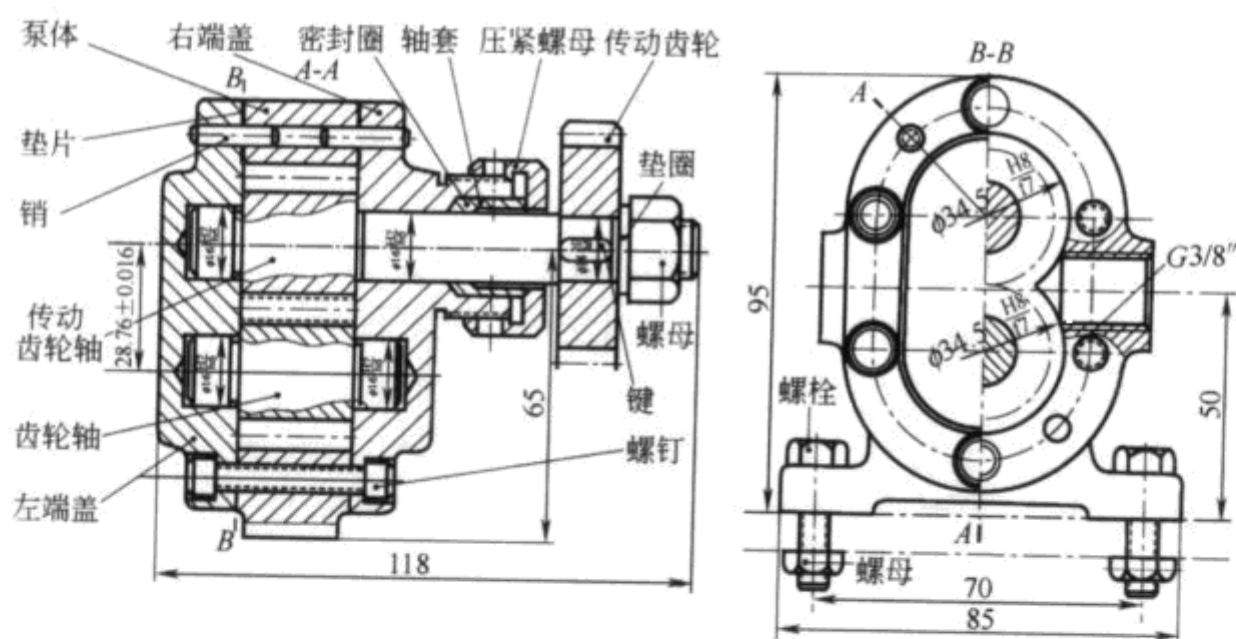


图 4-2 齿轮油泵装配图

同样，如果直接用金属材料制成如图所有的机械零件，并按此图装配，就能构成一个称为齿轮油泵的“信文”，它的每个零件的明确意义就是零件的功能，是直接受机械零件语义学的支持。为了构成更为复杂的语义结构——复合功能，所有零件在空间的排列配置，严格地受机构语构学的支持。所以，机械工程符号系统的规则是受客观世界的规律所决定的。而该信文的实用功能就是向收信人传达了齿轮油泵的文化价值，即它的整体对人类的效用。

图 4-2 所示的装配图对于装配后的具体的齿轮油泵来说，就多多少少像莫尔斯电码对于自然语言的关系。这张图中的信文，就是具体油泵的二次编码，或称重新编码（参见下节非语言文化符号学）。它们的构成都是为了承载于信文中的信息的传达。在图中的信息就是装配所需的信息，而在产品中的信息就是它的意义——功能。这样的构成正是所谓的目的构成。

关于目的构成可以归纳如下：

- ① 发信人只为了信息的忠实传达而构成信文；
- ② 信文的构成以意指欲传达的广义信息为宗旨；
- ③ 发信人为了信息的忠实传达必须遵循与收信人共知、共识的、严密的符号规则；

④ 只有也掌握编码过程中所使用的编码规则的收信人才能忠实地重建信息。

## (2) 美学功能与信文的非目的构成

与实用功能相对的则是美学功能，它是由于信文对信文自身所存在的意向性，从而使符号系统带上特征的功能。它完全不以信文指示了什么、发信人又在信文中表现了什么、收信人又受到了信文怎样的诉述与驱动为意向的。就是说，美学功能不是以传达为目的的符号功能，而是从信文自身之中独立地产生主观价值的功能。所以也就是一种自我的情感价值表现的情感功能。所以信文构成的自身就成了构成的目的，成为一种信文构成的自我目的化。这时，究竟传达了什么已不再重要，不再被关心；相反它是以追求信文自身对发信人的主观价值这一意识在起作用，以如何制作信文为中心；甚至这一信文究竟会对收信人产生怎样的主观价值也不在所关心之内。所以这种信文的编码过程在信文之外并无目的，不再以信文构成为手段，而是为了构成而构成，所以称为非目的构成。

非目的构成带来的结果可以归纳如下：

① 发信人只不过为了情感的需要而构成信文，即所谓创造主观价值；

② 发信人只不过为了信文的构成而构成信文，即所谓的信文构成自我目的化；

③ 发信人为了独特信文的构成不得不常常创造出不为他人所知的、专属于自己的新的编码规则来编制信文；

④ 收信人在信文的“破译”中也就无法了解发信人究竟用了怎样的规则编制信文，从而也就无法了解信文中的确切含义，而只能按自己的猜测在信文编码过程中发信人可能使用了怎样的规则，并用它来对惟一能被观测到的信文进行主观解释，结果等于参与了对专属收信人自己的新编码规则的创造；

⑤ 不同的收信人将分别基于自己的猜测创造出不同的编码规则，使“重建”的信息具有因收信人而异的多样性，使“意指”作用具有无比的丰富性，发信人与每位收信人各自分别给信文赋以主观价值；

⑥ 这种结果往往彻底地破坏了信息的忠实传达，但这却正是制作一切艺术作品所追求的、超越固有的、共知共识编码规则的编码方式。

一切艺术创作也正是这样从信文自身独立地产生主观价值。因此，在单纯追求美学功能的同时，必然有悖于实用功能的实现，即符号的忠实传达。

图 4-3 所示的是歌菲尔所制作的“雕塑”作品《勒克斯 I》，人们虽然很难区分它的每一个“零件”是否有意义、有功能，而他既然如此制作或许在读者的下意识中会认为它是有意义的，不然他为什么会如此制作呢？但是它有怎样的意义呢？苦于人们没有可遵循的编码规则对它

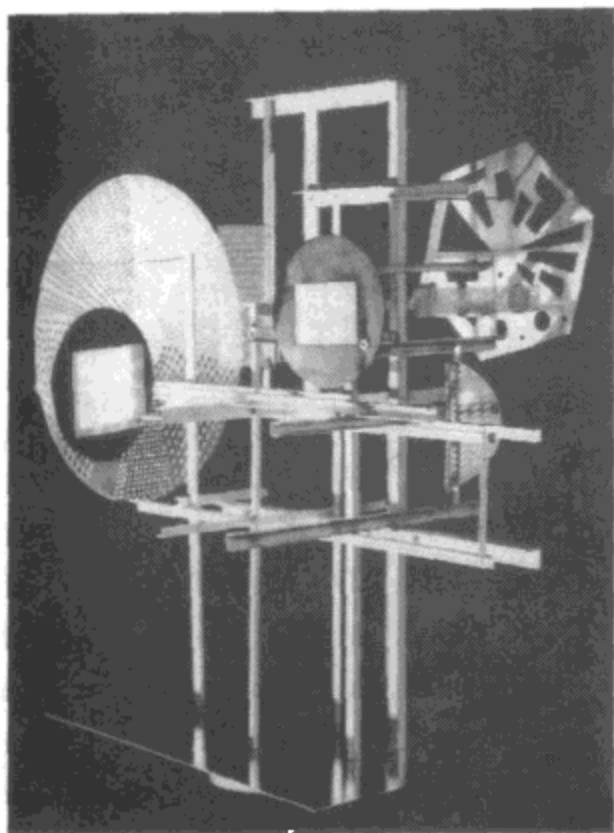


图 4-3 歌菲尔的《勒克斯 I》

解码，所以不得而知。此外它的这些“零件”相互结合是否遵循某种空间排列的规则呢？它们有非如此不可的结合理由吗？这时人们就更难以确定了。那么，他又为什么要制作这个作品呢？它想向观众（广大收信人）传达什么呢？那只有天知、地知、他知而已。但从他全身心投于这种在受光时会出现动感与映影的体验中，可见他充分表现了想要从作品自身独立地产生主观价值的强烈欲望。这就是非目的构成的美学功能，也称之为审美功能。

似乎在图 4-3 中还隐约地，下意识地认为它或许存在着某些符号规则，但如图 4-4 所示的拉廖诺夫的绘画作品中，人们一定会连什么是符号，以及符号又有什么意义，它是否还有相互结合的规律等，都一概无从了解了。惟一可知的是画家在图中体验着表现自身主观价值的欲望而

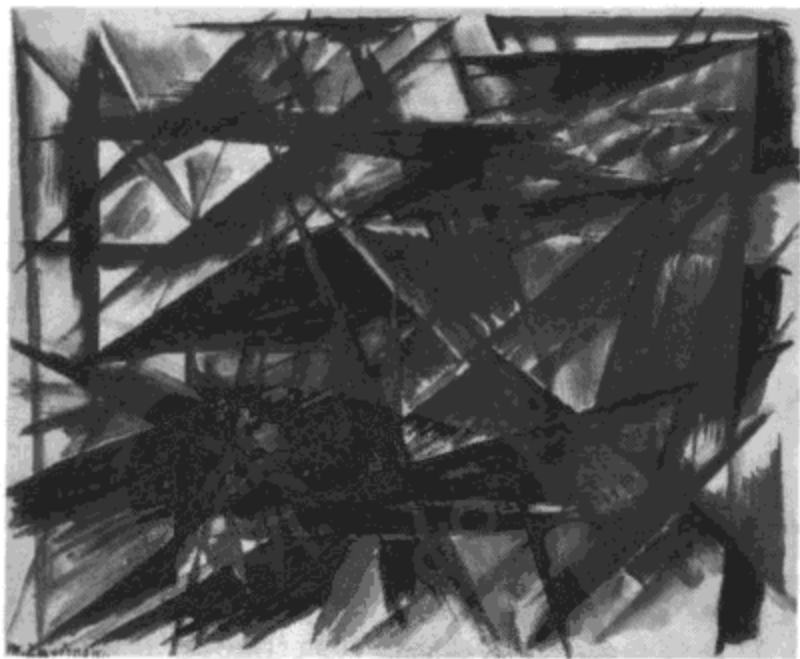


图 4-4 拉廖诺夫的抽象作品

已。同样在彩图 4-1 所示的画家埃里翁的《直交的构成》这一用现代抽象绘画符号所制作的非目的构成作品中也令人们感到有几分类似，多多少少的几分异曲同工。只不过前者表现的更为粗犷而后者较为理性而已。这种作品的构成方式正是所谓的非目的构成。

### (3) 功能的对立与符号的分化

综上所述，符号系统具有两类此消彼长、相互对立的功能——实用功能与美学功能。实用功能以信文构成为手段，以实现信息的理想传达为目的。而美学功能则以信文的构成活动自身为目的，从而破坏了理想传达的实现。正由于符号系统的这两种对立的功能，形成了符号自身的分化，并分别导致了科学与艺术的诞生。一个科学的符号系统，以理想的传达为目标。因而，使用符号就是为了追求符号的实用功能，首先是其核心的意指功能，同时，符号具有严格的构造、严格的语义学与语构学规则。一个艺术的符号系统，则以信文构成自身为目的。所以，通过符号所追求的只是美学功能而非实用功能。因为美学功能所反映的只是收、发信人各自的主观价值，所以，符号毋须严格的构造，毋须严格的语义学规则与语构学规则，乃至可以完全没有语构学规则。

#### 4.1.2 非语言符号的结构

##### (1) 所指的分节

符号的功能几乎涉及人类活动的一切领域，那么对于这样无所不在的符号它又有怎样的结构呢？所谓符号结构是指符号成立的机制问题。除了上一章中作为主要议题阐述的符号语构之外，符号的分节则是符号单位的结构问题。在上一章中也已经阐明了语言符号的能指是可以分节的，乃至是双重分节。凡可分节的符号就称为分节符号。那么，与能指所对应的所指是否也具有分节性呢？

其实，符号中的所指意义也可能是分节的。所谓所指的分节，是指一个所指的整体意义可被分为若干个义素——概念要素。如以语言符号为例，“公牛”一词在能指形式上可分节为“[gong]”字与“[niu]”字之外，其实它的所指意义也可被分为表示雄性性别特征“公”的概念要素与表示物种特征“牛”的概念要素。而“公牛”这一整体的意义，则是由雄性性别特征（公）与物种特征（牛）两个概念要素组成。

非语言符号，则可能是分节的、也可能是不分节的。非分节符号不仅能指是不可分节的，并且所指也可能是不分节的。其中能指与所指都能分节的符号就称它们是结构化的，而能指与所指都不能分节的符号就称它们是非结构化的。根据符号的能指与所指是否是分节的，就有可能组成四种不同的构成。非结构化的符号能指与所指的结合往往基于类比，是一种有动机的符号。相反，能指与所指都是可分节的，并且两者的分节一致时，则该符号就属于同系关系。

##### (2) 符号的同系

如上所说，符号的所指可以是分节的，其整体概念可分节为若干概



念要素。如母马、雄狮、男人这些符号的所指都能分节为表示性别特征的“母”、“雄”、“男”等概念要素与表示物种特征的“马”、“狮”、“人”等概念要素。而由这些概念要素的组合就能够构成特征相对立的系统如母马 $\longleftrightarrow$ 公马、雄狮 $\longleftrightarrow$ 母狮、男人 $\longleftrightarrow$ 女人等。这就是说这些所指是结构化的。

当这些符号的能指也是分节的，也就是说能指也是结构化的，并且两者的分节是一致时，那么符号（词汇）整体就可分节为若干内容与形式相结合的、独立的符号素（词素）。如母马、雄狮、男人这些词汇整体，都能分节为母-马、雄-狮、男-人等具有独立形式与独立意义的词素。并且这两组结构是相互对应的。那么这种结构就称为同系结构。具有这种同系结构的符号主要用于科学编码。

由科学编码所构成的符号系统，根据科学知识将所指实现结构化的同时，建立同系的能指系统来为它命名时，这就形成了一个同系结构。当这样能指按真实关系来显示真实时，这种同系结构还是繁生的。

### （3）符号的类比

当然，所指也好、能指也好都可以是非结构化的。因此，根据所指与能指的结构化与否，它们所构成的符号就可能有四种不同的组合，构成四种不同的结构。对于能指与所指都是不能分节的符号，也就是符号的能指与所指都是非结构化时，那么能指与所指就分别是一个不再可被分割的整体，它们之间的结合往往就基于符号整体的类比，也就是有动机的符号。这样一种类比是艺术编码所构成的符号系统的基础。

## 4.2 对立的符号系统

### 4.2.1 符号的外延（Denotation）与内涵（Connotation）

在3.2.4中就已经指出，同一实体的符号还有一个明示义与暗示义，即外延与内涵的区分问题。如问[meigui]一词意味着什么？如认为这是一个语言符号的话，那么这个客观构想的所指就登录在词典中，就到词典中寻找它的意义吧。如认为这是一个植物学的符号的话，那么这个客观构想的所指就登录在植物分类学中，就到植物分类学中寻找它的意义！结果都一样，[meigui]意指着蔷薇科带刺的、美丽的观赏植物玫瑰，这是由植物学符号领域的客观构想所决定的植物学符号的语义学规则或语言符号学语义学规则所确定的。所以外延是符号意指功能确实实地所指的意义，它不受主观意志所转移。

如果再问玫瑰本身又意味着什么？这就是相当于问[meigui]一词所意味着的意义的意义是什么的问题了。如果主观认知中有视玫瑰花就是“爱”这一主观价值的话，那么玫瑰就意味着“爱”。这种意义的意义就是所谓的内涵。所以内涵所表现的含义几乎都不是在词典以及在植物学中找到答案的。它所表现的就是有关信文形式与外延结合体的主观价值，就是上节所说的信文的情感功能、美学功能。它当然不受客观

构想的符号规则的制约。

为了进一步弄清外延与内涵的关系，明确它们的意义，让大家再思考如下一个问题。如果用科学的态度对大家提问：“生命”一词的意义是什么？你们的回答应该是指外延呢，还是内涵？这样的答案应该在何处找？毫无疑问，多数的词典中都不难找到所需要的明确答案：“生命是由蛋白质与其他物质组成的生物体所具有的特有现象。能利用外界的物质形成自己的身体和繁殖后代，按照遗传的特点生长、发育、运动，在环境变化时常表现出适应环境的能力。”这里所指的无疑是外延了。如果借用哈姆雷特的语气发问：生命自身的意义又是什么呢？这时所指又应该是外延，还是内涵呢？它究竟是指“死亡”、还是“疯狂”、还是“复仇”……可想大家在什么词典里也找不到答案，如果想找一个确切的答案可能就得去问哈姆雷特或莎士比亚了，因为这只能是莎士比亚的某种情感塑造了哈姆雷特，又借哈姆雷特的嘴赋予它以主观意义。这不仅在词典里没有，就是每个人所想像的答案也未必相同，因为每个人都没有相同的情感经历。总之，符号中内涵的所指与能指的结合是不稳定的，尤其是这种远未被外延化了的内涵更是如此。或许大家会认为关于玫瑰与生命的这两个例子中，后面的“生命”一词比前面的“玫瑰”一词更能说明外延与内涵的关系以及它们的性质的问题。这是因为在各位年轻人的心目中正被外来文化所占据，玫瑰的内涵正在被外延化、规则化而成为准编码，不断消退着作为内涵的性质；而“生命自身”的意义这还只是一个地地道道的内涵所致。

此外，还必须注意的是内涵往往还是以外延的存在为前提的，如果没有外延这一前提的存在，往往也就没有内涵所指的主观价值的判断。就像上例中的 [meigui] 假若不意指能绽放美丽花朵的玫瑰，而是意指狗尾巴草，或者干脆就换成 [gouweibacao]（狗尾巴草）这一语言符号的话，不言而喻即使在年轻人心里也难以有视之为“爱”这一主观价值了，绝没有人会贸然尝试送一束狗尾巴草给自己的心上人吧。因为内涵语义往往是基于对某种动机的主观认知，而表示与符号外延相关的主观价值，而符号的外延是由客观构想的所指所构成的用以实现传达功能的符号的语义。所以说在一般的符号信文中，符号的外延与内涵形成了皮与毛的关系。尽管内涵是非常重要的价值，但它并不是可以改变外延而随处可沾的。总之还是这句老话“皮之不存毛将焉附？”除非根本尚未形成符号，根本还没有基于客观构想的符号规则时，这种处于形成中的符号都只具有内涵的性质，但在严格意义上它还根本不是符号。在纯艺术中常是这种情况。

至此可以将图 4-5 所示的对符号的外延与内涵的关系作一小结。

① 一个客观存在的符号实体可能具有双重性，既有外延的一面构成外延性符号，又有内涵的一面构成内涵性符号。

② 一个符号的外延是由客观构想的所指所构成、其能指与所指的

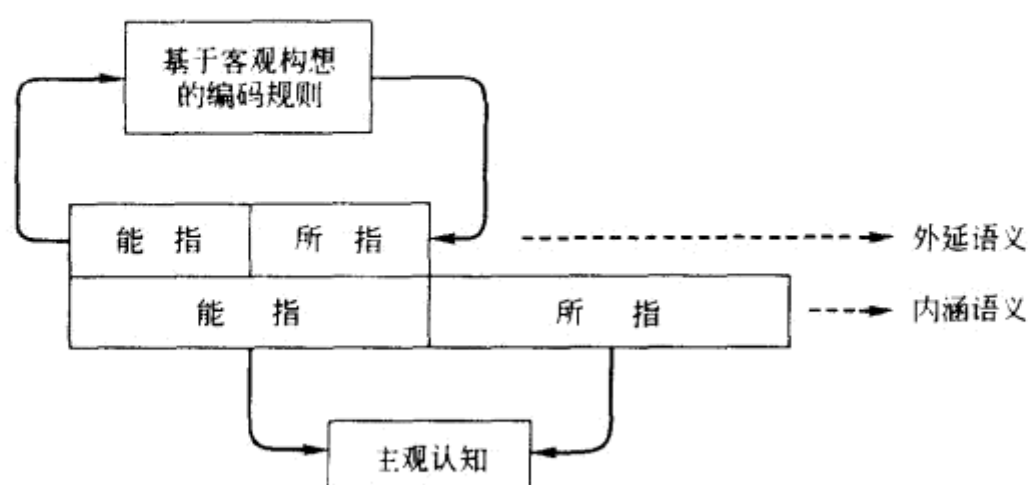


图 4-5 符号外延与内涵双重性

结合受符号规则的支配，所以结合是稳定的。

③ 而内涵符号以外延符号的形式（即外延的能指）与内容（即外延的所指）的结合为能指：

④ 而内涵的所指则表示与外延符号形式、功能有关的主观价值，不受符号规则的支配。它基于对能指与所指整体间一种类比的、主观的认知与判断，所以能指与所指的结合很不稳定，因人而异。

⑤ 当一种内涵被反复使用时有可能逐渐地被规则化，因此不妨视这种被逐渐规则化了的结合关系为准编码，如前面所说的玫瑰与爱的结合就属于准编码。

综上所述，内涵语义是对外延符号的能指与所指结合体的一种主观价值。这种结合就成为内涵符号的能指，而内涵符号的所指就是符号的内涵性语义，也就是内涵性符号的价值，一般就称之为象征价值。

## 4.2.2 两种特征对立的符号

由此可见，外延与内涵构成一个符号意指作用的两个基本的、并且是对立的方式。一个信文可能只属于外延性质，凡属于外延性质的信文（如前面图 4-2 所示的齿轮油泵装配图）其编码是单义的，是由规则惟一地确定其意义的。就没有符号形式与功能的主观价值，它排除了一切风格与内涵变化的可能性。科学（或纯工程）的信文就属于这种外延性质的信文。一个信文也可能只属于内涵性质，凡属于内涵性质的信文（如图 4-6 所示）就不是客观构想的所指，它并不受客观编码规则的制约。它有风格与内涵变化的种种可能性，从而带来了信文的多义性。艺术的信文则属于这种内涵的性质。

但是，一般情况下，一个信文中往往既有属于外延性质的一面，也有属于内涵性质的一面。如彩图 4-2 所示的设计色彩学信文（封面）就属于这种性质。其中每一个外延符号都有基于客观构想的符号语义：中间偏右的孟塞尔色立体是定量化、理性化表色的象征；其下方的色彩语义空间是色彩作为信息传达载体的象征；作为背景的深灰基调是一种表示理性化的色彩，作为书名的品红色则是表示感性化的色彩。由这两个

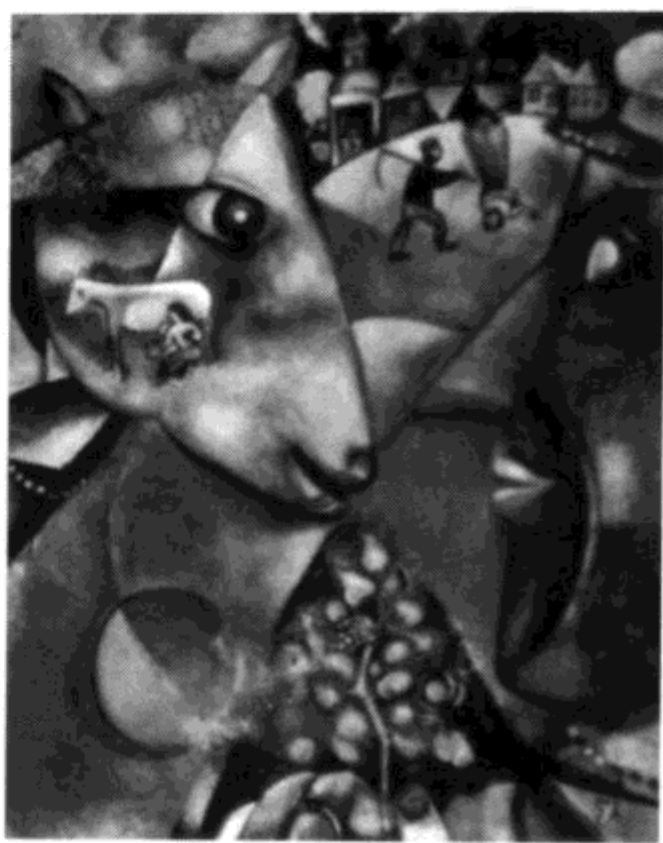


图 4-6 夏加尔的《我与村庄》

色彩构成理性与感性结合的象征。由此可见它没有一个多余的符号，并且其构成体从根本上阐明了设计色彩的特点。凡了解设计色彩方法者都能从它的每一个符号中读取上述的信息，而一位只了解绘画色彩方法的人因并不掌握设计色彩的编码规则，往往不能读取上述的外延语义。无论是否能读取它所传达的信息，大家都会各自赋予该信文以主观价值。只不过前者所赋予它的是基于外延的内涵价值，而后者所赋予它的只是一种信文自我目的化的内涵而已。

两种不同性质的符号、两种不同功能的符号都分别有两种不同的符号学的表现方式。实用功能（首先是它的意指功能）是一种表现在对对象的理解上的，外延性质的符号就具有这种功能；相反美学功能则是一种表现在对主体的感情上的，内涵性质的符号就具有这种功能。这在图 4-2 与图 4-3、图 4-4、图 4-6 中充分表现了这两种不同的表现方式，分别构成了人类经验的两个极。它们不仅互相对立，并且此消彼长。因而形成了两种对立的符号：一种是表现在对对象的理解上的，即前面所述的外延性质的符号，这种符号也称为逻辑符号；一种是表现在对主体的感情上的，即前面所述的内涵性质的符号，这种符号也称为表现符号。这两种对立的符号是人为的意指作用所创造出的符号的两种主要的意指方式。正是这两种方式把科学与艺术对立了起来。

#### （1）逻辑符号与表现符号

为了更好地实现实用功能与美学功能两种对立的功能，以及目的构成与非目的构成两种不同的构成方式，就有必要进一步地了解这两种符号的性质。逻辑符号与表现符号两者处处表现出它们如表 4-1 所示的一一对立的特性。



表 4-1 两种对立符号的特性

	逻辑符号	表现符号
符号的构成特征	约定俗成的	有自然原因的
	恣意的结合	有动机的结合
	基于同系的关系	基于类比的关系
编码的依据	客观的构想	主观的价值
分节性	可分节的	整体性的
符号的性质	外延性质	内涵性质
	传达性的	体验性的
	穿越性的	内含性的
	单义性	多义性
信文性质	抽象的	具象的
	理性的理解	感情的表现

由表中可知，还可以从不同的角度对这样一对符号进行考察，它还将显现出不同的特性。从这些符号究竟用来做什么的角度来看，逻辑符号主要用来传达信息，而表现符号主要用来体验自身的精神活动。所以，前者还可以称为传达符号，后者还可以称为体验符号。从符号的过程中究竟给心灵残留些怎样的结果来看，逻辑符号的感性形式在它的意指作用中只是穿越人类大脑留下它所承载的信息而已；而表现符号的感性形式在完成它的意指作用的同时，还将整体的形式残留脑海，让人久久地回味在对它的体验之中。所以，前者还可以称为穿越符号，后者还可以称为内含符号。从符号的感性形式究竟意指了些什么来看，逻辑符号意指的是抽象的概念，而表现符号意指的是活生生的事实。这就像作为逻辑符号的 [meigui] 一词，它所意指的是植物学中的一个物种这一概念，而作为表现符号的“玫瑰”，它所意指的则是“爱”这一活生生的事实。所以，前者还可以称为概念符号，后者还可以称为事实符号。

(2) 传达符号与体验符号

人为的符号创造必然有运用它的充足理由。逻辑符号就在于满足传达的需求。但是人类除了这种需求外，往往还有一种相反的需求，这就是要把人类自身所具有的精神活动予以感性化的欲望。但是精神活动是脱离了外部世界而建立的人类特有的内心世界的活动，所以个人的这种精神活动自身是难以被确认、被体验的。而表现符号正是为了将精神活动予以感性化的表现而创造的符号。通过这种符号就可以与所交往的人们共同确认、共同体验自身的精神活动了。如将人类精神世界的喜、怒、哀、乐形之于色（即感性化），所形成的这种表情符号，就可以用来共同体验人类的这种内心世界的精神活动了。

前面所说的逻辑符号就是为了满足传达的需求而创造的符号，所以往往也称之为传达符号；而表现符号则是为了共同体验自身的精神活动

而创造的符号，所以往往也称之为体验符号。因为这种体验是一种自发的欲求，所以体验符号的成立往往未必基于约定，即使有所约定也往往也未必自觉地意识到这种约定，甚至连意指作用本身也未必被自觉地意识到。就像前面所说的“喜、怒、哀、乐形之于色”往往就是一种下意识的行为。

例如，少男向少女表白自己的感情，如果只用传达符号的方式就可以干巴巴地、不带情感色彩、一板一眼地说：“我-爱-你！”而毋须任何其他的表现，当然也已足以明白无误。但是人类要使这种精神活动感性化的欲望未必满足于这种传达。所以还往往用体验符号的方式，如暗送秋波，如含情脉脉地送上一束娇艳的红玫瑰等。往往这些就更能激起少男、少女爱绪的激荡，双方都将沉浸在由体验符号所提供的爱情的体验之中。这种此时“无声胜有声”的现象更是屡屡可见。

又如对在战场上为祖国而战的战士们传达“爱国主义”的概念，或许根本就多此一举。但如果你引吭高歌《义勇军进行曲》的话，将会顿时激起战士们爱国主义激情的体验。由此可见逻辑符号与表现符号的两种完全不同的功用。

如上所述的两种符号，体现了两种不同的契机。一般，外延性质的符号是为了实现传达的契机，而内涵性质的符号是为了使人类精神性活动予以感性化的契机。所以逻辑符号也就是一种传达符号，而表现符号也就是一种体验符号。

### (3) 穿越符号与内含符号

从人类使用符号时的效应来看，也会有两种不同的结果。如果仅仅是为了信息传达的话，人们所关心的就只是符号中所承载的信息。一旦信息传达完成，符号的感性形式就完成了自己的全部使命而失去了继续存在的必要，使用者也绝不会把自己的关心继续留驻于这一感性形式。一次符号的使用不过是一次符号在大脑中的穿越而已。所以人们往往把以传达为主要目的的传达符号也称为穿越符号。

例如，人们用于日常会话的语言就是如此，在人们了解了对方所传达的内容之后，就不会再去反复品味这一话语语音的整体形式。又如驾车行驶在大街小巷的司机们，一路上目不暇接地注视着如彩图 4-3 所示的一个又一个交通指示牌。他们是指示牌的收信人，他们所要求的是指示牌信息指示的迅速、明确、高效。一旦读取了指示牌中的信息之后，不仅再也不会让这块指示牌的感性形象长留脑海不断翻腾，相反，却早早地就又把注意力集中在下一块指示牌的搜寻与信息的读取之中去了。

如果人们使用符号，不仅为了在它的感性形象中读取些什么，并且还为了体验或确认自身的精神活动的话，那么符号的这种感性形象就会长时间地留驻脑海，继续发挥它的感情作用。大概人们谁都没有忘记有关希望工程的一幅“大眼睛”小女孩的宣传照片吧，事隔多年，据说小女孩也早已成人。今天在她那多少有几分成熟的脸上，已经看不到当年

的那份稚气。但是当年那双大眼睛所表现出渴求爱心帮助的眼神，是那样地富于撞击人心的冲击力，不仅在当年一次次地使人们为之心头发酸、为之解囊，并且迄今仍在继续撞击着人们的心扉。这种能长留心灵深处的符号人们也就称之为内含符号。

还是这个例子，为了希望工程人们当然可以用一句话：“中国有众多失学的贫困儿童需要帮助！”也足以明白无误，能够充分理解他所传达的语义。但这句话语形式本身的使命在传达一经结束也就全部完成。而通过这双大眼睛所表达的语义将是那么强烈、那么久久地保持在渴求着的眼神的活生生的感觉性之中。使每一位观众都与拍下这幅“大眼睛”的摄影记者共同沉浸在这种强烈情感的体验之中，久久无法忘怀。又如，中央电视台某摄制组由南极到北极纵贯南北美洲大陆的漫长旅途中所摄制的画面，走马灯似的见到一面又一面各色的国旗，它们作为符号在向人们表示了现在所到达的国家或表明这家主人的国籍而已。从功能上说甚至与司机所见的交通指示牌并无差异。但当他们在途经中美洲一个小国的边陲小镇时，出人意料地发现孤寂地高挂着一面五星红旗，对于摄制组成员来说它与此前所见的任何一面国旗不同，它不仅也向摄制组表明了主人的国籍，它毕竟还是祖国的象征，深深地激起了久别故国的游子们不可抑制的乡情与爱，沉浸在一种千山万水的距离也不可阻断的情感的体验之中。譬如说，此前所见的一面他国国旗只不过像一道门，过去了也就过去了，而这一面五星红旗，却像一道回廊、一座宫殿，使摄制组中，以及观看着这一节目的每个中国人都久久地沉浸在，并徘徊在她的象征之中，无法挥去。

#### （4）符号的对立与编码的分化

综上所述，如要总结有关这两种特征对立的符号的特性的话，不妨再次回到表 4-1 所示的内容。由此可见，逻辑符号是基于客观构想的编码规则而确立的符号，所以它是约定俗成性的、恣意性的、规则严密的符号；一般是可分节的、结构化的符号；是外延性、传达性、穿越性与概念性的符号。它们编写的信文是抽象的，是通过理性的理解去掌握的。相反，表现符号是基于主观价值而确立的符号，所以它是基于自然的、有力原因的、有动机的符号、规则不严密乃至无规则的符号；一般是整体不可分节的、基于类比的符号；是内涵性、体验性、内含性与事实性的符号。它们编写的信文是形象的，是通过感性的表现去体验的。两者是性质完全相反的符号。

正是这样一对符号将科学与艺术对立起来，逻辑符号主要构成科学的编码而表现符号则主要构成艺术的编码。但是，并不是所有符号系统不是归入科学系统就是归入艺术系统，而是更多的符号系统是这两种符号以不同的比例混合地共存着的。从而形成了形形色色的各种文化符号系统，因此也就产生了信文意指的多重性。这种情况即使在科学的信文中也不免出现。如现代科学中主要的是使用着逻辑符号，以图尽量地排

除意指的多义性；但传统科学中却也没有少用表现符号，所以往往也就难以避免这种信文意指的多重性。但必须注意，一个符号的多义性往往是编码（Code）变化的结果，它可以由上下文，即语境来消除它的模糊性。如阅读一本小说时其中偶尔出现的错别字就是这样。所以，在一个信文中的符号原则上都是单义的了。相反，这儿所说的一个信文整体所包含的意义多重性，它就是无法去除的了，这种情况一般只出现在艺术的信文中。如现代绘画中几乎都只使用着表现符号，因而出现大量信文意指的多重性。而传统的写实绘画中因为没少用逻辑符号，所以更具有传达功能。

#### 4.2.3 符号美学功能的公式化

所谓信文构成的自我目的化，就是说在信文构成中它所关心的根本不是信文之外的信息传达，而只是人类投射在可感信文中自身的情感的体验，从而泛现出的一种主观价值。所以支配信文构成的不是符号的规则，而往往是基于人类的认知心理。

在所泛现的主观价值中，表现在对纯形式方面的主观价值则是符号的形式美审美价值。形式是一种客观的、可感的物理存在，基于这种物理存在而反映在人类心理上的形式美也就存在着支配它的心理规律。

任何事物都是对立的统一，一个具有形式美的事物也不例外是一种对立的统一。尽管构成形式美的要素众多，有平衡与不平衡、对称与不对称、调和与对比、此外还有节奏、比例等等。但是在人类的主观判断中这些因素都要归结到一个最根本的法则中去，这个法则就是“多样与统一”。只有归结为统一的多样化形式才能使审美主体（收信人）对它作出“美的”主观价值的判断，并且，多样化的统一程度也就会引发人们作出不同审美度的价值判断。

美国数学家伯克霍夫（G·Birkhoff）按该形式法则归纳出了一个反映符号形式美审美功能审美度的理性公式，这就是：

$$M=O/C \quad (4-1)$$

式中  $M$ ——信文审美度、是特定审美客体（信文）审美价值的定量化反映；

$C$ ——复杂度因素、反映了该审美客体形式的多样性；

$O$ ——秩序因素、反映了该审美客体形式的统一性。

这就是定性的“美在于多样的统一”这一形式美根本法则的定量的、理性公式化。

伯克霍夫公式，适合于任何一个审美主体，也适合于任何一个审美客体。但是，不论审美度  $M$ 、复杂度因素  $C$  与秩序因素  $O$  都是基于特定审美主体对特定审美客体的主观判断，是审美主体特定心理过程的产物。所以，对于不同的审美客体，反映到审美主体的心理上必然会出现不同的形式多样性与不同的形式统一性的主观判断，也就会作出不同的审美度的主观判断。反之，同一审美客体也会因主体的不同而作出不同



的判断,甚至,即使是同一审美主体还会因其所处的主观状态的不同而作出不同的判断。所以,按伯克霍夫公式对任一审美客体计算所得的审美度,都会因不同的审美主体,乃至不同的心理状态而有不同的值。这是一个很不稳定、很分散的数据,所以,也就是没有多大的意义的数据。由此可见,任何一个个人都不能代替其他个人作出对该审美客体主观审美价值及其程度的判断也是必然的。

为了求取对审美客体审美价值及其程度的有意义的评价,只有用实验心理学的手段,以为数足够多的审美主体构成的群体为对象,作出对审美客体审美度判断值的数理统计,才能消除各个审美主体在审美判断中的随机因素;才能有效地反映出群体对该审美客体所作审美度的判断;才是稳定的,才不会因主体人群的改变而改变,不会因主体人群中主观心理状态的不同而不同。也就是说群体中所有个人的判断值在总体上来看时,它是符合统计学的特定分布的。根据它就能求出一个稳定的平均值与一个特定的偏差。如果要用来表示群体对审美度的判断,这就非他莫属了。

相反,一位感性超群的设计师或艺术家就绝不能以对审美度认定的专家自居了,正因为他们超群的感性就更不能代替“芸芸众生”那种“下里巴人”的主观判断,只能自叹曲高和寡!就像当年凡·高一样。不过值得欣慰的是他们可以从事自由艺术的创作,因为在自由艺术中这种曲高和寡往往还可以作为艺术品有高度艺术价值存在的象征。但设计师却绝不能是凡·高,据说凡·高在世时如果不是他开画廊的胞弟为了安慰起见替他“推销”了惟一的一幅作品的话,他将毕生不能卖掉一幅作品。但是在设计领域若也处处如此的话,或许不仅换来设计师也像当年的凡·高一样毕生穷极潦倒,甚至还会让一个企业的破产作为“陪葬”。企业可等不及到下一个世纪来拍卖它所生产的终于被承认为“超群的、有价值的”产品了。

### 4.3 文化符号学

人类社会生活中的符号现象不仅存在于语言之中,并且还存在于人类创造的一切文化领域之中。所以文化符号学就是研究人类一切活动领域中的符号现象,研究人类一切创造物的形式、结构、功能等。所以有人说,符号学就是一切文化现象的逻辑学可以说一点也不过分。这些众多的符号现象可以归纳为如下三种形式,这就是科学符号学(或逻辑符号学)、社会符号学与艺术符号学(诗学符号学)。它们三者综合在一起就构成了一切文化现象的符号学。

#### 4.3.1 从语言到文化

##### (1) 语言的作用

在前两章中就已经陆续说过,语言的作用就在于人类从与自身关联的角度对包围自身的外界对象或现象进行赋义、赋值,以规则的形式对

它进行秩序化。并依从于规则，维持并发挥听、说等传达功能，如果把文字系统视为语言系统的一种代用（实为二次编码）的话，那么就还包括读、写等传达功能。但由于这是一种以人类为主体的活动，必然会产生逸出规则的众多可能。在超越规则对信文听、说、读、写中，语言的作用就还包括修正旧秩序、创造新秩序。

语言本身除了作为一种传达的工具之外，还是一种人类所创造的精神文化。正如第3章中所说，人们若使用这种语言就必须共同遵循它全部的规则。并且，任何一个个人都无法任意地改变这些规则。作为语言，它以所创造的编码规则为“樊笼”，制约着创造了并使用着该语言（以该语言为母语）的人们的思维与行为的模式。它将抵制任何一个个人通过自己的交流行为对它的任意改变，所以，意义的误用将会蒙受“制裁”。

## （2）文化的作用

究竟什么是文化（Civilization）？文化就是人类用自己的大脑与双手所创造的，包括语言在内的一切财富。这些财富分为两类：一类是物质性的财富；另一类是精神性的财富。相应地文化也就被分为两类：一类是物质性文化；一类是精神性文化。物质性文化主要地则是隶属于经济基础；而精神性文化主要地隶属于上层建筑，它是物质性文化与客观的自然在人类大脑中的反映。属于经济基础的物质性文化有产品、工具、机器、设备、环境、建筑、家具、服装等人类创造的一切物质性装备。而属于上层建筑的精神性文化也很多，首先有语言，此外还有科学、艺术、伦理、道德、法律、法规、政治制度等不胜枚举。所以文化现象囊括了人类创造活动的所有领域。

一个包括语言系统在内的文化系统的作用都在于创造对人类自身有意义的、有价值的东西。它也与语言系统一样，同样从与自身关联的角度对包围自身的外界对象或现象赋义、赋值，这种所赋的意义或价值就是文化对象以人类自身为主体的文化价值。但同时，它也以所创造的编码规则为“樊笼”，制约着创造并使用该文化系统（该文化圈）内人们的思维与行为的模式。例如中国自从汉武帝时，董仲舒首倡罢黜百家、独尊儒术以来，儒家文化就成了规范中国人民思维与行为模式的“樊笼”，它将抵制任何一个个人通过自己的思维与行为对它的任意改变。从对待儒家文化核心“礼”的态度就可见一斑，曰：“非礼毋听、非礼毋视、非礼毋动！”并且，“意义”的“误用”或“谎言”都将蒙受“谴责”或“制裁”。

综上所述，就能理解符号学所说的：语言是文化，文化是广义的语言了。

### 4.3.2 文化对象的符号内容

文化类似于语言之处，首先就在于它也是具有意义的对象。那么，文化符号的意指内容究竟是什么呢？它以“价值”或“意义”为所指；

故符号的所指表示了适用事物的价值；它也是通过符号过程，从与自身关联的角度以自我为中心对包围自身的外界对象或现象赋义、赋值，对文化对象所赋的意义就是它的文化价值。一般文化对象的文化价值在其文化圈里是具有意义的。

因此任何一种文化对象都对人类具有特定的价值。这种文化价值就是该文化对象对人类所起的作用，也就是它的功能。该文化对象与它所发挥的特定功能之间有着对应的关系，这就是系统的规则。所以该文化对象就满足了成为符号的条件。

物质性的方面的符号有诸如时装、成衣，前者接近艺术创作、后者为道地的工业设计。又有诸如产品工具，属工业设计；建筑，属环境设计……

文化符号遵循创造物的意义（即文化价值）使之发挥作用；意义的渐变将导入新的有意义之物的创造、即新符号的诞生。

### 4.3.3 文化的意义举例

为了加深对这种抽象的文化现象的符号特性的了解，下面举例说明。

#### （1）异国山间所见的礼仪信文

某天，笔者在奈良的山间，眺望着远方层峦起伏、郁郁葱葱的笠置山地。突然，感到身后不远处的神社旁似乎传来踩在细石子路上的沙沙脚步声。回首一望，只见一队庄严肃穆的行列，默默无言地踏着脚步小心地向我身后悄悄走来。只见为首的是一男一女，那男子浑身披黑，左右胸前各有白花；那女子则通体挂白，白冠、白衣加白履。而在他们身后的行列中，凡男子几乎都一色穿戴：黑西服、白衬衫外加白领带；凡女子则几乎都是深色衣裙。缓缓地、沉默地、一脸严肃的表情，还带着几分深沉，一步一步地走来……。

这就是一篇由色彩、音响、体态、时空关系等符号构成的礼仪信文。那么，这一信文有意义吗？不用说谁都知道这一信文是有意义的。但是，它又在向人们传达着怎样的信息呢？我曾多次问过一些人，几乎都是异口同声地回答：出丧呗！大概读者们可能也不会提出异议吧。那他们是如何读出这样的信息的呢？他们果真是在出丧吗？不！全错了！在此告诉大家一个真正的但也是难以置信的答案：他们正在神社举行结婚仪式！

之所以出现这样截然相反的答案，是因为大家的回答是基于中国人的礼仪符号编码规则，来对这篇日本的社会传播信文的解读。基于这样的色彩、音响、神情、体态与时空关系，按中国人的文化编码当然只能有出丧这样的答案。但是大家忘了只有按正确的编码规则才能正确解读信文、重建信息。这就像前面已经提到过的和挚友所开的玩笑一样，让他把拼音便条当成英文便条解读，最终还是百思不得其解。不过这次的误解就更大了，得出了近乎荒谬的结论。

从这个例子中得出的启示是：“礼仪”是符号系统，乃至一切社会现象都是符号系统；凡符号系统都是为了传达它应有的意义或价值；为了正确地重建它的意义或价值，收信人必须掌握编写信文的编码规则，不然要就百思不得其解，要就得出完全荒谬的结论。与此同时人们还可以看到，一种固有文化（当然就是一个符号系统）对人们思维的束缚之深，使之不假思索地就以自己的编码规则去解读异国山区所见的文化信文。你相信文化是“樊笼”的说法了吧，它深深地束缚了人们的思维模式，当然还有行动模式。但这个“樊笼”是人们一代又一代地为自己量体裁衣般地精心打造的“樊笼”。它成了人们的桎梏的同时，在其中人们又获得了自由，离开了它就将到处碰壁，发生所谓文化的碰撞。

在这个例子中还可以看到，服装也参与了这篇礼仪信文的书写之中：浑身披黑，左右胸前各有白花的、神社婚礼的新郎服装符号；通体挂白，白冠、白衣加白履的、神社婚礼的新娘服装符号；黑西服、白衬衫外加白领带是男宾参加婚礼时的服装符号；深色衣裙是女宾的礼仪服装符号。这一切组成的整个行列构成了日本传统的神社结婚的礼仪符号。

## （2）服装

再回来看看服装。上面的例子中已经知道服装是文化对象，也是符号系统。它的形式就是它的符号信文，这种信文首先是具有传达它的意指内容这一实用功能的。它的意指内容就是它的文化价值，其主体方面就是服装功能。这一功能可视为人类自身皮肤的延伸，是为了满足生物学的需求而被创造的。所谓生物学的需求就是对御寒、方便运动、方便使用并能与人类肤觉的良好匹配等功能的需求。一套良好设计的服装信文对穿着者的本体感觉“书写”着御寒、方便运动、方便使用、与肤觉有良好匹配等的文化价值。这一文化价值就是基于客观的生物学、材料学、工艺学等规律而构成的，是一种外延性质的信文。它是由设计符号系统的编码规则所决定的。因为设计活动中的编码规则所要求的就必须为收信人下意识地所了解的，所以穿着者都能下意识地读取它的外延型的语义。

但是服装也还有内涵性质的一面。它还对社会人群表现了穿着者的兴趣、爱好、乃至社会地位与阶级阶层等的主观价值。还以某种程度的蔽体书写着所参与的社会活动的性质（如聚会中男子的严严实实的衣装与女子的一定程度的袒胸露背）。这些虽是服装符号的内涵，但在社会编码中却又被相当程度地规则化了。只要你是这一文化系统中的一员，你就能相当程度地推定它的规则，都能读取它的意义。上例关于日本传统的神社结婚时穿着的服装不仅明确地指明了每位穿着者的身份，还说明了他们的态度。

综上所述，可见服装是设计的产物，必须遵循设计的编码。但服装



又参与了社会文化信文的“书写”。一个社会文化的信文，它的目的就是明确地“书写”穿着者的社会身份（地位、阶层、性格、爱好……）以及它与社会其他成员间的关系。

### （3）制服

制服是服装中社会编码更为明确的系统。本应是服装的内涵性语义，在制服中它的内涵语义被彻底外延化了，成了准编码。所以制服的语义中当然首先也包含着他的原型服装的外延性语义，也就是能御寒、方便运动、方便使用与肤觉有良好匹配等的文化价值，并且原型服装的内涵性语义也在制服中被彻底外延化了，同时还增加了新的内容。在制服中不仅相当程度地、明确地“写着”穿着者的社会身份（地位、阶层）以及他与社会其他成员间的关系等之外，还更为明确地“写着”穿着者的职务、职司与职阶。这些都是已成了由制服的准编码规则明确规定了的外延性语义了。

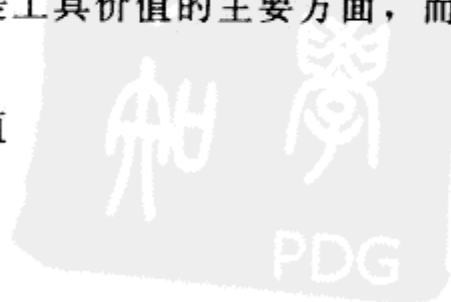
### （4）牌坊、饰物与工具

除此之外，人们所见到的人类的一切创造物，也都是文化符号。走在皖南的乡间随处可见的牌坊是人类的创造物、是文化符号，它具有表彰某种功德与品行的功能。当然表彰贞女品行也在其内涵之中。但在封建文化之中原先的内涵价值被外延化了，渐渐地演变成了几乎只有表彰贞女品行的重要功能，所以后来干脆称为贞节牌坊，从而发展成了禁锢妇女自由的桎梏，封建礼教的象征。这种文化价值就是一种象征价值。

在原始的中国文化中，玉器是可以避邪的，所以出现了避邪玉器。作为文化的产物，避邪玉器在精神上有避邪的重要价值，这就是玉器对于原始国人的实用价值。但经过漫长的历史变迁这种实用功能渐渐地衰退了，终于发展为具有特定文化价值的饰物。原有的外延价值消失的同时，出现了新的内涵价值。

工具是人类的创造物，是典型的文化对象，它具有重要的文化价值。从它之所以诞生来看首先是因为它具有重要的实用价值，这是文化价值的主要方面。譬如一个陶鼎，它兼有烧煮可能固化食物的锅子与炉灶的功能，这是它之所以被创造的根本理由。但到了奴隶社会，养活奴隶主的奴隶却与陶鼎这类的器物一起都成了奴隶主的财产。拥有奴隶的数量或拥有鼎的大小与数量一样都成了衡量奴隶主权势、地位与财富的标志。因此鼎开始有了它的象征价值，但还只是一外延价值为主的不大的内涵价值而已。于是开始了铸造青铜鼎，渐渐它就不再被用来烧煮，而惟一地用来象征作为奴隶主权势、地位与财富的标志。这时的青铜鼎再也没有了实用价值，成为只有象征价值的祭器，终于丧失了作为工具的地位。所以说，实用功能是工具价值的主要方面，而象征功能往往是历史文化积淀的产物。

### （5）实用价值与象征价值



一切文化对象所具有的特定功能就会在与人类的关联中发挥作用，就成了对人类有价值的对象。有价值的文化对象在形式（能指）与该价值（所指）的结合中成为文化的符号。工具是文化对象，所以是符号；语言也是文化对象，所以也是符号。凡文化符号，都因功能而诞生，而成立。功能就成了文化价值的主要方面，就是它的实用价值。没有实用价值就不可能有文化对象的诞生与成立。也只有在有了实用价值的基础上人们才会赋予它以主观的价值，这就是文化对象的象征价值。象征价值在漫长的历史长河中，会逐渐演变，不论是强化或衰退、丧失都是历史的产物。历史积淀了某种象征价值，历史也会洗刷了某种象征价值。

#### 4.3.4 非语言文化符号学

从符号学的角度来看，一切文化现象与语言一样也都是符号系统。其中的科学与工程等符号的语义都是基于客观世界的规律而成立的，所以，它们的信文都属于外延性质，其编码是单义的。它们的文化价值只有实用价值的一面而没有主观价值，排除了一切风格与内涵变化的可能性。这种性质的符号系统就是科学符号学。

文化现象中的各类艺术符号的语义不是客观构想的所指，而是基于主观的判断，其信文属于内涵性质，其编码是多义的。它们的文化价值只有象征价值的一面而没有实用价值，并有风格与内涵变化的种种可能性。此外，社会生活中的种种符号现象，由于不同程度的人性的介入，所以，它们的信文中也不同程度地既有客观构想的所指，又有主观价值的判断。而他们所指的文化价值既有实用价值的一面，又有象征价值的一面。凡这种性质的符号系统就是社会符号学。

科学符号学与艺术符号学所涉及的仅是精神文化领域的符号现象，隶属于上层建筑。而社会符号学所涉及的范围很广，既包括精神文化领域的，隶属于上层建筑的符号现象，还包括物质文化领域的，隶属于经济基础的符号现象。其中有关物质财富创造的部分则属于经济基础。如本书中心议题的设计就是这种隶属于经济基础的物质文化。

##### （1）非语言符号的编码

作为非语言符号的编码一般有如下三种方式。

① 二次编码。第一种是最为简单的，依存于既有符号系统的二次编码，也称为重新编码。所谓二次编码并非一种自立型的编码，它完全依存于既有的符号系统而成立。如西方的表音文字，从表面上看，它完全不同于听觉符号的语言，是一种视觉符号，还似乎有二维的语构排列。其实，它是完全依存于听觉符号的语言而成立的。当对它阅读时在大脑中也将它重新转换为与语言完全相同的一维时间排列。属于这类的符号系统还有不少，如莫尔斯电码、盲文等也都是这样的语言符号的二次编码系统，也完全依存于它所转译的语言。这种二次编码还可以应用在既有的非语言符号之中，如民间民歌手的演唱，可通过简谱或正谱

(五线谱)将它记录下来。这种简谱或正谱,显然不是民歌演唱时的音响符号,但它描述的则是完全相同的信文。反之,由于语言对于复杂的语义结构的出色表述能力,任何一个既存的非语言符号系统几乎没有例外地都能用一种语言符号系统作为它的二次编码工具的。如各学科的科学论文等,就是用语言符号来描述的一个科学的信文。这种方式还可以串联成多次连续的二次编码过程。如一个科学实验的发现,可以用中文进行二次编码写成中文的科学论文,然后还可以从中文转译为英文论文,还可以进一步用英语在国际学会上宣读。

② 并行编码。第二种是与语言符号同时使用的并行编码。这种编码一般并不是完全独立于语言系统,而是与语言系统并行使用并依附于语言的符号系统。尽管如此,但并不因此而降低了它的重要地位。属于这种并行编码的有:诗律编码、运动编码、位置编码等等。

所谓诗律编码就是利用语言的声调高低、强弱、长短变化的抑扬顿挫,它在传播中能起到相当重要的作用,尤其是在情感的传播中。这些表面上看来是非常下意识的,但在一个特定文化的社会中其实是高度社会化、高度约定俗成的。

所谓运动编码则是利用身体的姿态、手势与动态等形成的有动机的符号,在一个特定文化的社会中也是约定的,如摇头、点头与耸肩等。这在社会传播中起到重要的作用。

所谓的位置编码就是利用特定人群间的空间位置关系来实施传达的并行编码。这在一切礼仪活动中是极其重要的符号。有人认为,如果把一维的时间与空间等同看待,那么可以把时间也视为这样一种编码。不过这也可以完全归入诗律的编码中去。

③ 自立型编码。第三种是独立于语言系统而成立的自立型编码。人类在科学试验、生产实践与社会斗争三大实践中所创造的众多文化系统,几乎都是一种独立于语言的符号系统。例如,当人们掌握了化学这一学科之后,就能建立起化学这一符号系统。它有独立于语言系统的符号规则,它的各元素就是符号,有自己的所意味的内容,这就是它的化学特性。各元素之间有客观规律所决定的结合关系,可形成特定的化合物(高维的语义结构)。又如产品设计也是一个符号系统,它也有以形状、色彩与材质三要素构成的符号,这些符号构件都有自己所意味的内容,也就是它所意味着的功效。也有自己相互结合的规律,可构成成为产品的信文。每个信文也有自己特定的高维语义结构——文化价值。但是,就像前面所说,由于语言的表述能力的超群,可以成为任何一个符号系统的二次编码系统,比如将他们写成教科书,科学论文等等。但这时就有待于人们透过语言的外壳,去理解这些符号系统的独立内核了。

### (2) 文化符号学的分类

① 科学符号学。科学符号学所涉及的是完全遵循客观构想的编码规则所支配下的学问领域,也就是科学性编码的符号学系统。在这类符

号学系统中，仅有语义学与语构学两个符号学的领域。规则也包含有语义学与语构学的规定。作为符号学的记述也仅仅止于语义学与语构学的规定。因为无语用学领域的支配，所以系统就等同于规则。在这种系统中，语义学与语构学的规定是基于客观的、科学的必然性，是绝对严密、绝对完备的，并且是为所有企图进入该学术领域的收、发信人双方所共同认知的。所以尽管在这类系统中也存在语境，但它毫无意义。这种符号系统的符号功能仅受实用功能支配。综上所述，逻辑符号学是无人性导入时的传达，是科学性编码的理想传达。这是从符号的形式角度的分析。

此外，这种符号学究竟用来做什么？当然，是为了传达科学系统的文化价值。这种文化价值就是客观经验以及人与这个客观世界的关系。

② 艺术符号学。艺术符号学也就是艺术性编码的符号学系统，是纯人性的符号系统。在严格的符号学立场上来说它还不能说是一个符号系统，至多也只能说是一个尚未形成规则，各处所表现出的还仅仅是一连串符号过程的意指作用的，一个刚开始形成的“符号系统”而已。在这种“系统”中的信文仅仅受语境的支配，所以是仅有语用学领域的符号学系统。符号功能也仅受美学功能支配，是没有必要实现，也是无法实现实用功能的符号系统，一个还不能称之为系统的系统。

什么是艺术符号的功能呢？就是通过符号来表现自身的主观价值，就是在这种表现中进行共同感情体验，并在所创造的信文中确立主观价值。

③ 社会符号学。所谓社会符号学，是人类社会现象中的符号系统。由于人性的导入会变更乃至破坏固有的编码规则，并创造出新的编码规则，给系统带来了不确定的因素。社会符号学本质上是一种共存型编码的符号系统。系统在受到固有编码规则支配的同时，由于新的编码规则尚待社会的确认，所以还将一定程度地受到语境的支配。由于语境的支配作用，使系统中出现了语用学的领域，终于使系统全面地包含了语义学、语构学以及语用学这三大领域。社会生活中的绝大部分的文化现象，几乎都属于这种性质的符号系统。科学论文理应属于科学符号学的范畴，但现实生活中的科学论文也难免在一定程度上受人性的影响，在以语义学、语构学为主体的同时也一定程度上出现语用学领域的问题。相反，艺术作品理应属于艺术符号学的范畴，但现实生活中的艺术作品尤其是现实主义的写实作品中，也在一定程度上出现信息传达的需求，在以语用学为主体的同时也一定程度上出现了语义学、语构学领域的问题。如彩图 4-4 所示的古典主义大师大卫特所作的肖像画《塞利加夫人与儿子》中，迄今人们仍可以清晰地读取主人公塞利加夫人的温和、实在的性格，可爱的容颜与她那犹如手中野花般的质朴的气氛。还从她头戴宽沿帽，身穿紧覆胸部的衣装等，所表现的每一个符号中都能明白无



误地读取主人公的这身打扮都是为了户外的活动，双颊的微泛红潮则告诉人们她刚从户外活动归来。如果你也是生活在 18 世纪末大卫特生活的法国的话，那么这一切都几乎是由当年的生活常识可以告诉人们的符号规则。

### (3) “语言”种种

上面叙说了三大类符号学系统，它们分别与第 2 章所说的科学性编码、艺术性编码与共存型编码的符号性质相对应。由于语言符号的表现能力可被前面所说的三大类符号系统所利用，既可描述科学系统，也可创作诗歌。因此，很可能读者会误解这三类符号学领域只是语言符号的应用领域而已。其实恰恰相反，就像莫尔斯电码被用于语言的二次编码一样，这时倒是语言系统被用来作为科学符号学、社会符号学与艺术符号学这三大符号学系统的二次编码工具而已。由于这些系统本身也具有语言符号学的类似特征，所以被方便地“翻译”成了语言符号的信文而已。但剥开语言符号的外衣，所袒露的则是科学、文化与艺术三大符号学系统本身所构成的符号信文的内核。由于所有这些符号系统都相当程度地具备语言符号的特征，往往也常把这些符号广义地称为语言。因此也就有了偏向科学编码、偏向艺术编码与社会编码的三类非语言符号的“语言”（即符号系统）。

因此，就有偏向科学编码的所谓数理语言、程序设计语言等等；就有偏向艺术编码的所谓诗学语言、音乐语言、舞蹈语言、绘画语言与时装语言等等；就有属于社会编码的所谓肢体语言、礼仪语言与设计语言等等。正因为这些符号系统与语言的类似性，为了直捷、方便地研究这些符号系统，所以才有必要长篇累牍地用两章的篇幅从研究人们非常熟悉、直观的语言符号学逐渐扩大到人们相对陌生、抽象的文化符号学。

## 4.4 科学编码\*

只要是理想的、成熟的系统，它就具有了科学编码的性质。所以所谓的科学编码系统可以不言自明就是一个理想的符号系统。因为它绝大部分的性质在有关符号的理想传达中都已表明。在本节中将就科学信文的意指内容以及符号功能简单地一笔带过，极为简单地对以上章节已讲解的编码性质稍加整理与归纳而已。

### 4.4.1 科学符号的功能

科学符号的功能是在于指出客观的、智力型的经验，以及人与世界的关系。由于它的应用的不同，还会出现多种形式。在科学编码中除了有关传统的知识之外，一般就是一种理想的传达。它将不同学科所得出的客观的、智力型的经验传达给收信人。所以它是一种没有主观价值，只有实用价值的符号系统，也就是没有风格与内涵的任何变化的符号系统。

#### 4.4.2 科学编码的符号性质

为了理想的传达，在4.2中已经阐明科学编码的符号是一种外延型的、传达性的、穿越性的逻辑符号。符号的能指与所指的结合是一种完全没有动机的符号，或者是动机极弱的符号系统。所以在该学科中几乎只能由恣意的结合，完全约定的关系来确保符号的作用。这种无动机的约定在能指与所指间就不再有任何可感知、可理喻的关系。并且，一般它的能指与所指都是可分节的、结构化的，相互间具有严密的对应关系。所以是一种基于同系的关系符号系统，在能指与所指间不存在任何类比的关系。由于它是外延型的符号，所以它的编码规则是基于该学科领域严格的客观构想的、语义确切、单一的符号系统。科学的符号系统符号的形式是抽象的，是基于理性的理解才能掌握系统的语义的。

#### 4.4.3 科学信文的分类

这种科学的编码观其实际的应用可分为多种类型。它有最简单、最封闭的诸如交通信号系统，以及机器间的传达系统；它有各学科领域知识编码构成的各学科知识系统，并且这种知识系统还分为编码规则极其严密的现代知识与编码相对不甚严密的传统知识。

这种科学编码从其本质上来看其实际的功能可分为两大类型：一种是分类学，它通过科学符号实体的相互关系来确定；另一种是关系学，它按照关系来确立算法。

#### 4.4.4 认识论编码

一切科学知识都是旨在构筑某一特定的经验领域（学科）中各个因素间的一种关系系统。这种科学知识具有二重性，它既是一个认识论系统、又是一个符号系统。所谓认识论系统是指所指的系统，所谓符号系统是指能指的系统。而符号学则是旨在确立这两个系统之间的关系与性质。这种关系一经被确立或被假定，它们就具备了意指作用。

在现代科学中，这些关系是依据专门为此而考虑的一种能指系统与一种客观的公理体系而具有意指作用的。所以符号可以代表一种复杂的现实，同时使人能了解这种现实的结构。由于语言所具有的元语言功能，所以一般可以经由语言赋予能指系统以意指的内容。但往往由于语言内部的混淆，而搞乱了科学“语言”的性质。所以，大多数现代科学系统都试图建立与其自身的公理体系相适应的非语言编码系统，这在数学中表现得最为彻底。

任何科学的作用，都是为了强调符号的意指功能，并使这种意指功能不受人们主观的意志与情绪的干扰与侵袭。

在科学编码中，存在两种重要的符号编码：一种是抽象的，当然符号的能指与所指的结合是完全基于恣意的约定，例如计算机图形学就属于这一类型；另一种是具象的，所有的编码关系都是极为严密的、约定性极强的、并且是非常明显的，例如透视学就属于这一类型。所以科学

编码从动机性来看，它既有恣意性，使它不受似是而非的诸如类像之类的关系的影响；但同时它也具有动机性，这样可使记忆变得更为方便。

一切科学系统实际上都意味着人们加于自然的一种秩序。具体地说，在科学编码中要满足两大类功能，这就是划分与计算。所以，科学也就出现两大类型，这就是分类学和算法。

4.5 艺术编码

作为艺术编码的符号系统，它是以美学功能为主的符号系统。它关系到内在的与完全主观的情感。这种符号系统在符号形式、符号功能、信文构成与“信息重建”等等方面都有它自身的特殊性。这种艺术编码的符号系统主要是用以构成自由艺术的活动。这一活动包括艺术创造与艺术欣赏两个方面。

由于艺术活动是纯人性的活动，意味着人们面对自然所产生的一种情绪。所以，它只是一种主观价值的表现，是一种没有实用功能传达的符号系统。

4.5.1 艺术符号的形式特征

人类所创造的艺术，从符号学的角度来说是指纯艺术，它由具有如表 4-2 所示，形式特征的符号构成。

表 4-2 艺术符号的形式特征

符号要素	符号的存在性		符号的感知性	应用系统举例
音响	时间		听觉	音乐、诗歌、(文学)
形状、色彩、材质	空间	二维	视觉	绘画、(文学)
		三维		雕塑
两者综合	时、空综合		视、听综合	舞台艺术, 影视艺术

由表中可见，作为纯艺术的符号系统，它们的符号形式有以下两大类。

① 一类是由音响要素组成的，具有时间的存在性，其符号所表现的情感是通过听觉来进行体验的。属于这种符号形式的符号系统有音乐符号、诗歌符号、此外还有文学符号特别是口头文学。

② 另一类是由形状、色彩与材质要素组成的，具有空间的存在性。这种空间又可分为二维的平面空间与三维的立体空间，但不论是二维或三维存在的符号所表现的情感都是通过视觉来进行体验的。属于这种符号形式的符号系统，二维的有绘画符号，三维的有雕塑符号。此外虽然文学符号也可以视为是由文字这种空间符号构成，但严格地说文字只是它的二次编码而已，它更应纳入时间符号中去。

此外从符号的应用系统来看，还有诸如舞台艺术与影视艺术等，但不论从符号要素、符号的存在性或者符号的感知性来看，他们都是上述两类符号的综合。

由此可见，现今人们所知的、所创造的艺术只有听觉与视觉符号两种认知形式。即使是综合的艺术，作为情感体验的感知性来说仍只是听觉与视觉综合而已。

4.5.2 艺术符号的构成特征

从自由艺术符号的构成特征来看，如表 4-3 所示，它们不是社会约定俗成的，不是恣意的符号，而是有动机的符号；同时它们也不是分节符号，系统的成立是基于整体的类比。这是艺术符号在构成与结构上的重要特征。

表 4-3 符号的构成特征

特 征	类 别	结 合 的 关 系
动机性	类象符号	有可感知的关系
	标志符号	有可理喻的关系
结构性	无分节符号	符号整体的类比关系

(1) 动机性

在第 3 章中就说明了动机性与约定的关系并不是完全相斥的。它们是相竞的，动机越弱，约定就越是强制性的；而动机越强，几乎就不需要约定。在符号系统的形成之初，原则上符号都曾被赋予过动机。但是，随着符号系统的成熟，漫长的历史长河磨去了这种动机存在的痕迹，而最终留下的约定在起作用。

反之，在一个成熟的符号系统中，动机的存在又倒过来可从约定中解放符号，也就是说能从强制性约定的符号中因某种动机而产生新的意指作用。又因新的意指作用，产生出新符号，从而发展了符号系统，使系统从封闭走向开放。

总之，动机性就是这样：在未形成符号系统之际，动机使一个崭新的符号系统的形成成为可能；在一个成熟的封闭了的符号系统中动机又能使之重新成为开放的系统，不断地产生新的意指作用使符号系统不断地得到新的发展。这种很强的动机性就是艺术信文的特征。从这个意义上说，在一般人的眼里一个楷书汉字，就较难视为一幅艺术作品，而一个隶书、篆书汉字，视为艺术作品就容易的多了。

在艺术信文中，符号的动机可以归纳为以下两类：

- ① 一类是能指与所指间有可感知的关系。相当于第 3 章所说的类象性符号；
- ② 一类是能指与所指间有可理喻的关系。相当于第 3 章所说的标志性符号。

(2) 结构性

在 4.1 中已经阐明非语言符号根据能指与所指的结构化与否，它们的组合有四种可能。但能指与所指都是非结构化时，它们就都是不可分节的整体，因此他们的结合只能是基于类比。艺术符号一般就是不可分



节的、非结构化的符号，所以它们的能指与所指的结合也是基于整体间的类比。类象性符号与标志性符号就提供了这种类比的可能。

### (3) 多义性

一个成熟了的符号系统符号是单义的，能指与所指处于一一对应的关系。这种符号系统能最有效地实现传播，这是逻辑的编码，是科学信文的重要特征。但是动机与约定的共存与相竞，会使符号的能指徘徊在单义与多义之间。正是这种作用，使不少符号系统的符号一个能指往往可与多个所指结合，形成了多义性。就像前面“绽放着美丽瞳仁的小路”信文中的瞳仁，究竟是意指字面上所指的在眼球前方有虹膜覆盖的“瞳仁”呢，还是话者心中所想意指的娇艳的鲜花，或者是美丽的少女？也如前面王十朋所写的对联：“云朝朝朝朝朝朝朝朝散，潮长长长长长长消”中的朝字与长字。

这种多义性的符号系统，一般是有动机的。前一例中就是用水灵灵的瞳仁来隐喻娇艳的鲜花，或者就是用水灵灵瞳仁这一局部的转喻来意指有着水灵灵瞳仁的美丽少女？这种隐喻与转喻就是这时意指作用的动机。就连朝字与长字也是处于转注（六书中的用字法之一）这种动机的支配之下，这儿就不再赘述了。这种多义性给系统带来的是开放性。这就是艺术的编码，是构成审美信文符号系统的重要特征。这种信文中往往还与叠合交叉的编码集合体打交道，也就是出现同时求助于多个编码系统的情况。

### 4.5.3 艺术符号的编码特征

#### (1) 基于主观的内涵符号

在4.2中已经阐明艺术编码的符号是一种内涵型的、体验性的、内含性的表现符号。符号的能指与所指是一种有动机的结合，所以在该学科中不是由恣意的结合与完全约定的关系来确保符号的作用的。这种符号在能指与所指间的结合是基于可感知、可理喻的关系。并且，一般它的能指与所指都是非结构化的、不分节的，相互间具有类比的对应关系。由于它是内涵型的符号，所以它的编码规则是基于人类主观的判断，往往是语义不确切、且多义的符号系统。艺术的符号系统符号的形式是具象的，所谓具象并不是说非像写实绘画那样的符号不可，即使是抽象的绘画，它的符号自身仍是具有具体的视觉形象的。对于信文的构成是基于感情的表现，对于信文的“解码”是基于感情的体验的。

#### (2) 表现性·体验性·内含性

正如4.2所述艺术符号是出于把人类自身所具有的精神活动予以感性化的欲望。所以是一种表现符号。因为表现符号正是为了将精神活动予以感性化的表现而创造的符号。艺术也就是通过表现符号与所交往的人们共同确认、共同体验自身的精神活动的。所以艺术符号也就具有了体验性，是一种体验符号。并且符号自身还具有一种活生生的事实般的感性形式，长期地滞留脑海，令人们反复地回味它的内涵价值。所以艺

术符号还具有内含性。这些就是艺术符号的性质。

#### 4.5.4 艺术信文的特征

##### (1) 对语义规则的摆脱

种种艺术符号的信文，都表现出不同程度地对编码规则的摆脱。从符号单位来看，它对编码规则的摆脱表现在对语义学规则的超越度上。这里仍以语言符号为例，根据超越度的不同，它可能存在以下几个不同的形态：

① 形态①。是根据使用着的语义学规则生成的符号，也就是正在使用着的符号，如汉语语音符号 [meigui]，它被现有的语义学规则所接受；

② 形态②。根据语义学规则虽可能生成但从不曾使用过的形态，如用汉语语音发音的特点，虽然完全可能生成 [geimui] 的音型，但是汉语中就从来没有使用过这样的符号形式；

③ 形态③。是不可能为现有的语义学规则所接受的生成形态，如用汉语语音符号完全不可能生成 [iugiem] 的符号形式。

这三种形态就表现了对语义学规则超越的三个不同层次，形态①并没有摆脱语义学规则的支配，而形态②与形态③就已经摆脱了语义学规则的支配。从对语义学规则的摆脱度来看，形态③的摆脱度就大于形态②。

如以绘画为例来考察各种程度地对语义规则的摆脱的话，可参阅以下各彩图。彩图 4-4 不论是色彩符号或形状符号它都相当严格地遵循着客观的语义学编码规则。但如彩图 4-5 所示的由莫奈所绘制的《褐色的和声》一画，在色彩上虽然还遵循了环境色的规则，但在卢安教堂的材质感表现上，一扫石质墙面客观上的坚实感与厚重感，表现出了画家的主观性。彩图 4-6 所示的由塞尚所绘制的《夏特诺瓦尔岩场》一画，这不论色彩上或是形状上都有不同程度地对编码规则的摆脱。彩图 4-7 所示的由凡·高所绘制的《阿莱城的女人》与彩图 4-8 所示的马蒂斯所绘制的《豪奢 1》两画不仅以形状变形摆脱规则，更有甚者在于色彩不仅摆脱固有色的规则，还摆脱了环境色的规则，成为一种纯粹心理的色彩。彩图 4-9 所示的由康定斯基所绘制的《黄红青》一画则不论是形状或色彩等等的现行规则均被一扫而光。

##### (2) 对语构规则的摆脱

种种艺术编码的信文，还将在不同程度上表现出对语构学规则的摆脱。从语构单元来看，它对编码规则的摆脱表现在对语构学规则的超越度上。它也存在以下几个不同的形态：

① 形态①。是根据现行的语构学规则既可能生成，也正在使用着的符号语构单元，如用汉语说：“我吃饭”。它既可以根据现行的语构学规则“主——谓——宾”的结构来生成，也的确是常在使用着的语构单元；

② 形态②。根据现行语构学规则虽可能生成但从不曾使用过的语构单元，如用汉语说：“鸭子吃老鹰”。它虽然完全符合现行的语构学规则“主——谓——宾”的结构，选择名词——动词——名词来构成，但是就没有使用过这样的语构单元；

③ 形态③，则是根据现行的语构学规则根本不可能生成的一种语构单元，如用汉语说：“吃鸭子老鹰”。

这三种形态也表现了对规则超越的三个不同层次，形态①与形态②尚未摆脱语构学规则的支配，形态③就完全摆脱了语构学规则的支配。从对语构学规则的摆脱度来看，形态①与形态②难分上下，只有形态③大大摆脱了现行的语构学规则。如果再回顾一下彩图 4-4～图 4-8 的话，那么除了彩图 4-4 与图 4-5 之外在色彩配置（色彩符号语构）上或形状组合（形状符号语构）上都在不断地提高对语构规则的摆脱度。至于彩图 4-8 则几乎彻底地摆脱了一切语构学规则。成为名副其实的自由艺术。

### 4.5.5 审美信文中规则与信文的紧张关系

审美信文中符号对规则的摆脱有两种方式，一种是对规则摆脱的直接方式，另一种则是对规则摆脱的间接方式。所谓直接方式是指如上节所说的，符号单元中或语构单元中的形态③。而所谓间接方式也就是在该信文中符号意指的语义虽未摆脱规则的束缚，但是这一语义则被用于异常的语境之中。这就造成在这种异常语境支配下的信文与规则之间的对立关系。这种对立关系往往就导致了新的意指作用，久而久之也就产生了新的规则化的可能。由此可见，符号使用中对规则的摆脱就有可能使系统成为开放的系统，使系统得到发展。

如有谁说出“绽放美丽瞳仁的小路”这样的表述时，不能说它在词法（语义学规则）与语法（语构学规则）上有什么问题。但是，它所表现的语境却是异常的，也就是说在客观实际上是不可能存在这样的状况，不可能有“绽放美丽瞳仁的小路”的。这就表现出这种异常语境支配下的信文与规则之间的对立。如对这种表述完全按规则进行解码的话，人们将丈二和尚摸不着头脑，不知所云。但是人们如果基于信文语境作这样的猜测：说话人或许在“以人拟花化”或者“以花拟人化”的话。那么，就有可能对它进行阐释（破译）。他可能在说：“绽放着美丽的、像瞳仁般娇嫩又靓丽的花朵的小路”，也可能说：“眨着如花般靓丽瞳仁的女孩站满了小路”。这种情况下，就会出现这样或那样种种解释的可能性，也就是出现了暧昧性。在这样的语句中“瞳仁”这一符号就出现了新的意指作用，成为一种内涵。如果这种所意指的内涵被反复使用的话，就有渐渐被规则化，成为准编码的可能。

又如李白诗云：“白发三千丈，缘愁似个长。不知明镜里，何处得秋霜。”视其词法（语义学规则）与句法（语构学规则）也都完全合规合矩。但是完全按此规则，即按字面解释的话，前两句与后两句风马牛不相及，就根本无法形成一个正常的语境。在这种异常语境支配下也就

造成了应是一个完整构成体的信文与按规则所作的解码之间的对立关系。由此就导致了“秋霜”的新的意指作用：即以“秋霜”意指白发，意指人已老矣！只有这样，才能化解对立。但在这一例中，一度视为“秋霜”的新的意指作用其实早已被不断地反复使用，几乎已经形成了新的规则化，具有了准编码的性质，出现新的符号化可能。所以基本上也就没有了暧昧性。

又如李颀《答高三十五留别便呈于十一》诗中有：“韩康虽复在人间，王霸终思隐岩窦”的诗句。这里字面上写的是“东汉的卖药人韩康虽然尚留人间，王莽时的王霸最终还想隐居山林”。但实际上却说的是“你大唐的高适虽然只是暂时避名于井市尚未隐遁，但是最终还是志在归隐山林”。在唐诗中像这样的用典可谓比比皆是，最初这种用典不过造成了异常语境支配下的信文与规则的对立关系。但当它形成新的意指作用成为符号内涵，并不断地被引用后，终于出现新的规则化。与此同时，也正是用典使唐诗系统由此得到了不断的发展。

上述的种种情况，都说明了在一个较为成熟的符号系统中新符号的诞生。这种诞生往往有如下几种可能形式：其一是使符号之外的无意义要素具有意义而被符号化，即创造崭新的、未被约定化的新符号；其二是使相同符号产生微妙的差异，起不同符号的作用，即形成符号单元的内涵；其三是语构单元被惯用型化，使文本整体符号化形成内涵。

#### 4.5.6 艺术的“传达”模式

鉴于艺术符号的上述性质，艺术符号的“传达”过程如图4-7所示。图中左侧的线框内是发信人（艺术家）的编码过程，而右侧的线框内是收信人（读者、观众或听众）的“解码”过程。连接编码过程与“解码”过程的则是信道。

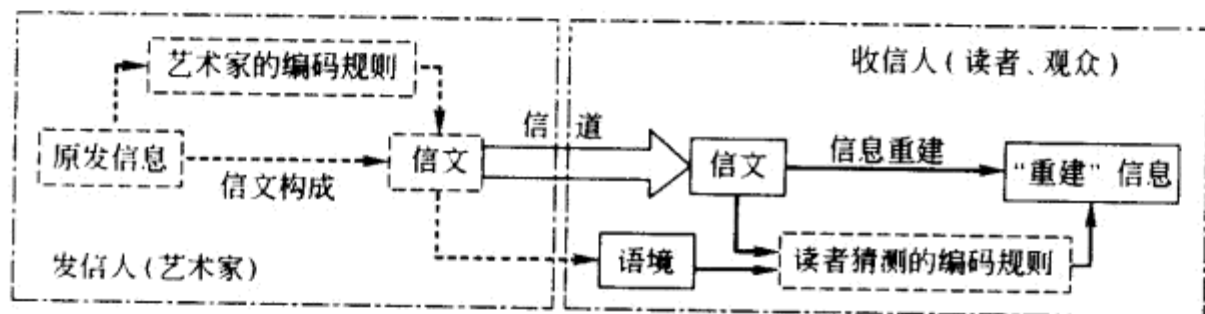


图4-7 艺术符号的“传达”过程

##### (1) 艺术的编码过程

众所周知，在自由艺术家作品创作的艺术活动中，他所关心的并不是作品之外有什么具体的信息向读者、观众传达，构成的作品中也未必明确地意指了什么信息。是一种个性化的自我表现、自我感情的体验。换成符号学的语言来说，就是在艺术性编码过程中并没有以信息的传达为目的的实用价值，而是表现艺术家主观价值的信文构成自我目的化。从构成方式上来说是一种非目的构成。在彩图4-10所示的《电晕》一画中所见到的也就是这样，在画中画家德洛涅究竟想向读者或观众传



达什么信息呢？同样在彩图 4-11 所示的《空间概念》一画中画家冯塔纳又想向读者或观众传达什么信息呢？所以，不明确在画中究竟要传达什么，不存在信息传达的实用功能是诸如现代绘画之类美学信文的共同特征。

由于在美学信文中所使用的符号是一种内涵符号，符号单位的成立不是基于客观构想的编码规则，符号语构的组成也可能摆脱了编码规则，而是完全基于艺术家主观价值的自我判断。所以，就不可能存在与收信人所共知共识的编码规则。在《电晕》一画中所见到的就是那样，究竟画中表现了哪一些“符号”？如是符号的话，在这些“符号”中又意指了怎样的意义？它们又有怎样的结合关系？这些可能的编码规则绝不是各位读者所共知、共识的。在《空间概念》一画中所见到的更是那样，总共就是两个色块与其上的一些纹理。是否这两个就是符号？它们各意指了什么？它们也有一定的结合规则吗？画家为什么称之为《空间概念》呢？这些编码规则同样不是各位读者所共知、共识的。

总之，在这种自由艺术中，艺术家所编制的信文，是否有其特定意指的原发信息并不得而知。即使具有特定意指的原发消息，但是艺术家并没有使用与读者共知、共识的编码规则。对于读者而言也就没有可用来作为“信息重建”依据的编码规则，至少在客观上不可能使收信人能在信文中读得这一确定的信息，不可能实现实用价值的传达。因此与没有原发信息并无二致。

因此，究竟“传达过程”是否存在，或存在怎样的编码子过程，对于收信人而言就没有任何意义。惟一有意义的只是有信文及其信文中所表现着的语境的存在而已。并且就连这一语境是否是正常的语境，也就是说该语境是否与原发信息相符，仍不得而知。从传达的角度而言，发信人给收信人留下了信文的同时，也留下了一连串的疑问。在前面所举的彩图 4-3~彩图 4-10 的例子中可以看出，对收信人来说，认为在这种传达过程中简直就与没有编码子过程并无二致。一般而言，他就成了既没有原发信息，又没有编码规则的信文“编码过程”，是一种自由的表现，一种非目的构成。所以，之所以图中的左侧全部表现成了虚线也就正在于此，之所以被称为自由艺术也正在于此。而惟一可能的只是主观价值的表现，也就是象征价值的表现而已。

### (2) 艺术“传达”的信道特性

艺术传达中的信道是由天然媒体构成。也就是说在该信道中不论是传送信文、甚至复制信文，都视为是在天然媒体中自动地实现的，都不需要借助人手的人为刻意操作。并且在信文进入信道之后，艺术家本人就失去了全部解释与再表现的权利。

如果这一符号系统是音乐的话，那么这一信道就是天然的声波信道。即使有多数听众的存在，信文在信道中自动传送的同时，也就自动复制了。只不过这种声波信道是容易窜入噪声而产生失真的。所以一般

就有消噪的必要。不仅在演奏厅的设计中要考虑最佳的音响效果，同时，还要保持演奏现场的绝对安静。

如果符号系统是绘画这种造型艺术的话，那么它的信道是短路的。观众所见到的信文就是艺术家所制作的信文，也就是艺术家的原作。如果把它看成有信道的话，那么这个信道就是无噪声、无失真的理想的信道。并且信文在信道中是不进行复制的，也就是一个不作为的信道。如果这一符号系统是雕塑的话，虽然在信道中有所作为，但其结果与绘画系统毫无两样，也就不再赘述了。

### (3) 艺术信文的解读

众所周知，在欣赏者（观众、听众或读者）对艺术作品的欣赏时，他所面对的除了感性的信文之外并无其他。他通过信文所寻求的意义，不是一种理性的理解，而只是一种感性的体验。在体验中去感受艺术家在作品中所表现出的那种心灵的“震颤”。

换句话说，在信文的“解码”过程中，与编码过程的惟一联系就是信文与信文中所蕴有的语境。但是只要有符号的存在、有信文的存在，人们始终会认为它在向人们诉说着些什么，也总是想要在其中读取些什么。于是收信人各自开始了种种猜测。从表面上看似乎在直接猜测信文的意指内容，其实质上是在猜测艺术家究竟是用怎样的编码规则，并试图使用这样的编码规则对信文进行解释。但由于这种编码规则并不是基于客观的构想，而是基于各收信人个人的猜测所虚构出来的，所以这种虚构的编码规则因人而异，千人千面。当然，对信文所作的解释也是千人千面，因此给信文带来意指的无比丰富性。

由此可见，在所谓的解码过程中与其说是对艺术信文的解码，毋宁说是对艺术信文的解释、阐释，或者干脆说是对艺术信文的一种“破译”。与其说是对信息的重建，毋宁说是对信息的再创造。所以说，在对艺术作品的欣赏中，每一位欣赏者都体味到了对艺术信息的再创造，同时，也在对再创造的参与中取得了审美的欢愉。这种现象在现代抽象艺术中表现的最为充分。所以，与其说现代抽象艺术培育了一批富于创造力的艺术家，毋宁说更主要的是培育了无数富于创造力的欣赏者。所谓的艺术评论家则是这批富于创造力的欣赏者中的佼佼者，由于评论家解释的出色，甚至于博得了“他比艺术家本人更理解作品”的美誉。

### (4) 自由艺术的传达主体性

综上所述，在艺术的“传达”中，给人们带来了如下的结论：

① 发信人本人所关心的只是信文的形式，而不是信息的传达，所以是非目的构成；

② 收信人所“重建”的信息，见仁见智、千人千面，是因人而异的，所以，同一信文就有产生多种意指、多种价值的可能；

③ 与其说是“传达”了“信息”，不如说是由收信人再创造了“信息”，发信人根本无法左右，所以，这种“传达”是一种收信人主体型

的“传达”：

④ 往往有作为收信人佼佼者的评论家比艺术家本人能更好理解作品的说法。

总之，在自由艺术中不仅有艺术家的创作不受任何规则支配的自由，还更有欣赏者对作品内容（信息）的解释与再创造的自由。但当作品一旦与听众、观众或读者见面，也就给艺术家带来了惟一的不自由，这就是他再也没有左右欣赏者再创造结果的任何自由了。正是这样一种艺术传达的模式决定了艺术家的思维与行动模式。

### 4.6 社会编码

正如前面所述的那样，一个社会编码的符号系统是一种导入人性后带有不确定因素的现实的编码系统。它既不像科学编码那样是理想的传达，也不像艺术编码那样只是一种符号过程而已。它既有科学编码那样受固有编码规则支配的一面，又有像艺术编码系统那样存在人类的主观价值。往往还全面地包含了符号学的语义学、语构学和语用学三大领域。

#### 4.6.1 社会编码的作用

##### (1) 社会传播

社会符号在客观上很重要的一面就是为了社会传播。早在前面的4.3中就已经指出，无论是礼仪活动，还是穿着的服装、制服都是有含义的事物，都在实行社会传播的作用。

作为社会传播，在于指明发信人、收信人之间的关系。这个发信人与收信人可以是同属一个集团内部的一个个人与另一个人，也可以是同属一个社会内部的一个集团与另一个集团。它将借助于种种传播方式，如婚丧嫁娶等礼仪活动，以确定个人在集团中所扮演的角色、所占据的位置以及个人与其所在集团的关系。比如借助于种种庆典活动，以确定集团在社会中所扮演的角色、所占据的位置以及集团与其所在社会的关系。

社会编码与科学编码一样也是一种组织关系与意指作用。只不过科学编码是有关自然世界某一领域的一种组织关系与一种意指作用，而社会编码则是有关社会某一领域的一种组织关系与一种意指作用。

##### (2) 社会符号的双重性

人类对于社会的经验，存在着双重性。它既有对社会的客观经验，又有对社会的主观经验。这两种经验中，前者是逻辑型的而后者是情感型的。与这两种经验相对应的社会符号也具有双重性，与前者相对应的是逻辑社会符号而与后者相对应的则是诗学社会符号。

属于逻辑社会符号的有标志个人或集团地位与关系的符号，而属于情感社会符号的有表现某一个人或某一集团与另一个人或另一集团相处时所激发的情绪与体验的符号。但是在社会编码中的这两种符号

又不像科学中的逻辑符号与艺术中的情感符号那样基本上是相互分离的，这两者在社会编码中是相互紧密地交叠在一起的。所以在社会符号中只能放弃对两者的区分，承认两者纠结在一起的编码性质的双重性。

#### 4.6.2 社会符号类型及其性质

##### (1) 身份标志

所谓身份标志，是在于确认个人或集团的身份，说明社会组织的状况以及个人与集团间的一种静态的关系。属于这种身份标志的符号又分为标志个人的有身份号码、姓名、徽章、制服、纹饰与标志集团的有招牌、标志等等。

身份号码是一切文明社会中作为个人身份的重要、严密的符号。如要区分究竟是逻辑社会符号还是情感社会符号，大概只有像身份号码之类的符号才有可能被明确地确定为逻辑社会符号。它被非常严密的符号规则所确定。

姓名作为一种社会符号，与社会的历史文化紧密相连。除了姓名之外，还有字、号与外号等等。记得在2000年春天，笔者为了在家乡举办一次祖孙三代书画展，委托某传播设计公司同姓的张某经营者操办。在自我介绍之后他的第一句话是：看来我要称您为叔叔。这是因为笔者残留有宗族文化痕迹的姓名所起的传达作用。并且还是在一个延续有600年历史、宗族人口在5万人以上的大范围中被准确确认的。可见姓名作为身份符号它的意义早就在第1章中就已作了叙述，是一种宗族文化对姓名符号的编码规则所确定的。但是，在解放后出生的他的姓名中随着宗族文化的消亡而这种姓名中宗族文化的痕迹也消亡了，相反滋生出了情感社会符号的色彩。在世界范围中姓名都有表明个人所属的家庭、氏族、职业乃至身体特征等的功能。

徽章作为身份符号是大家所熟悉的，学生胸前的校徽、警察的警徽等等，也都是一种身份符号。制服作为一种身份符号，也已经在4.3中作了说明，也逐渐被人们所熟悉，这里不多作赘述。至于纹饰可说是沿袭自原始社会的编码，它包括文身、化妆、纹饰与头饰等等。即使在现代社会中也并没有完全消失。

招牌与标志是一种标明社会化客体的符号。中国自古以来标明酒馆的是那高挂的酒旗，而标明茶馆则是沿对角线悬挂的正方形茶馆标志。现代除了有商店字号的招牌之外，也有各种标志，如理发馆门前的螺旋线柱形灯光标志就是一例。古时城市街巷区划不甚发达之时还以各种官衙、职司、百工聚居之地来对它们命名，如各古城常有府前街、道前桥、府学巷等。北京城的这种命名更是比比皆是，如兵马司、禄米仓、西什库、菜市口、珠市口、花市大街、骡马市大街等等不胜枚举。

##### (2) 礼貌符号

属于礼貌符号的有前面已经阐述的并行编码。包括：诗律编码、运动编码、位置编码等等。这些已经在前面并行编码的论述中作了说明，



这里不多作赘述。

所谓礼貌符号，主要地则是表明一种非固定的标志，标志人与人之间或集团与集团之间的关系。这在非语言文化符号学一节中，特别是在非语言符号的并行编码中已作了说明。这种编码一般不是完全独立于语言系统，而是与语言系统并行使用并依附于语言的符号系统。属于礼貌符号的有声调符号、体态符号、位置符号，之外还有祝辞与谩骂等。

作为声调符号，可以确定发信人对收信人的情感，或者说发信人对收信人的情感价值。如轻慢的、随便的、尊敬的、亲密的等等。

祝辞或礼貌用语则是正向价值的表现。相反，谩骂则是前者的否定形式，是一种含有敌意的反向价值的表现。

体态语言是一种运动学编码，特别是舞蹈“语言”，哑剧“语言”，还有种种手势等等无不是一种体态语言。它们往往作为语言的代用或辅助被广泛使用。

此外，空间、时间也作为一种重要的符号被广泛使用。如图4-8、图4-9、图4-10三幅图，是有关日本婚礼的三个场面的位置编码。图4-8是在神社举行的结婚仪式，图4-9是和式的结婚宴席，图4-10则是婚礼的纪念摄影。这里利用异国文化的表现，是为了更清楚地看到空间的位置作为一种重要的身份辨识符号是如何被利用的，并且它们是如何被严格的规则系统所规定的。其实，现代的日本都有着从前中国的影子，只不过这些旧俗早被遗忘了。

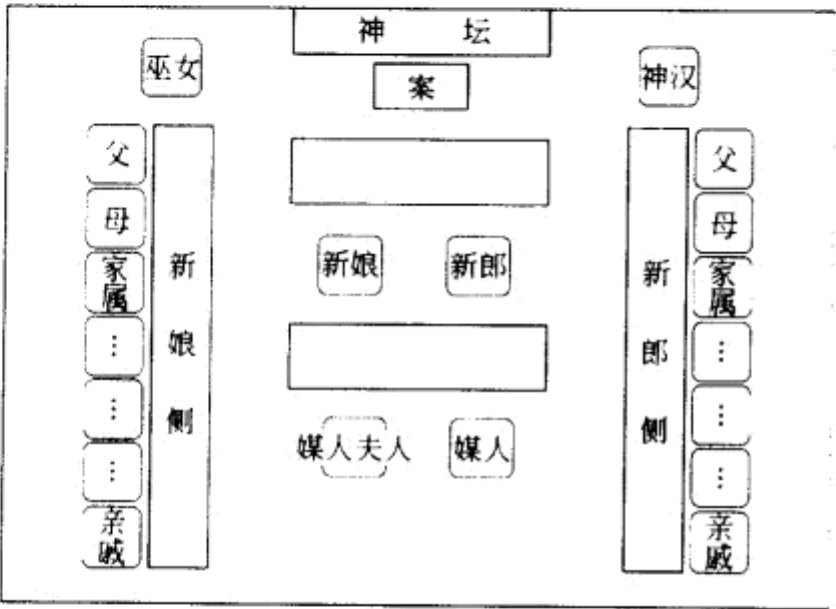


图 4-8 日本神社婚礼的席位

(3) 符号性质

在以上的例子中都能看到，它们具有如下若干重要的特征。

① 社会符号都或强或弱地是社会化约定俗成的，但在现代社会中这些约定俗成的规则渐渐地被遗忘了。像前面称作者为叔叔的族侄，在他的姓名中已经没有了宗族文化命名的规则；像从前也有严格规则的中国婚礼习俗现在已不复存在，像从前社会等级的纹章、服饰之类也渐渐被淡忘。

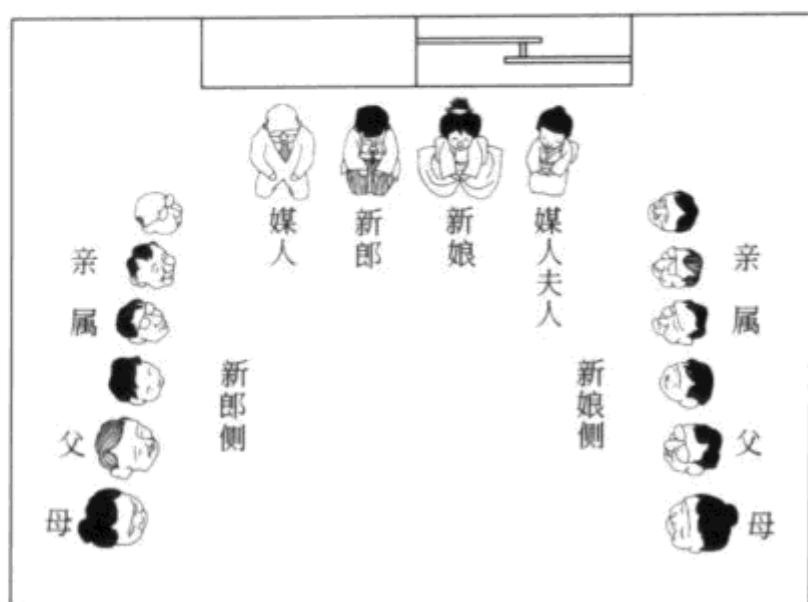


图 4-9 和式的婚宴场面



图 4-10 日本婚宴后的纪念摄影

② 但是，即使是约定俗成的社会符号，往往都是基于隐喻或转喻的有动机的符号。是一些非常内含的，植根于社会群体潜意识中的一种象征。

③ 社会符号呈现的往往是能指在所指上的再现，以及发信人往往也就是符号的意指对象这种主、客体的混同。

④ 综上所述的社会符号的象征性质，使它带上了浓厚的美学符号的性质。

### 思考与练习

1. 符号具有哪两类对立的功能？这两类分别是怎样的功能？
2. 对应于这两类功能的信文有哪两类编码方式？这些编码方式分别有怎样的特点？它们为传播带来怎样的结果？为符号带来怎样的特点？
3. 非语言符号有哪些结构上的特点？什么是同系结构、什么是类比结构？它们分别应用在怎样的符号系统中？
4. 什么是符号的外延、什么是符号的内涵？在两种符号的编码规则上有哪些本质的差异？

5. 符号的外延与内涵间有怎样的关系？两种不同性质的符号有哪些不同的应用？

6. 什么是逻辑符号，什么是表现符号？什么是传达符号，什么是体验符号？什么是穿越符号，什么是内含符号？它们之间有怎样的关系？

7. 试说明功能的对立、符号的对立与编码规则的对立间的关系。

8. 什么是符号的美学功能？为什么要进行美学功能的公式化、又如何进行公式化？

9. 什么是文化？文化与语言有什么异同？文化可分为哪两类？文化有意义吗？文化有怎样的作用？

10. 试对异国山间所见的礼仪信文进行解读。

11. 服装与制服之类的产品会“说话”吗？一般它们会说些什么呢？

12. 工具与饰物等器物会“说话”吗？

13. 为什么说一切非语言的文化现象也都是符号现象？

14. 文化符号学有哪些分类？它们分别有怎样的特点？

15. 科学符号有怎样的功能？科学符号有怎样的性质？科学信文有哪些分类？科学编码有哪些性质？

16. 艺术符号的形式有哪些特征？艺术符号的构成有哪些特征？艺术符号的编码有哪些特征？

17. 艺术信文有哪些特征？符号规则在信文中处于怎样的一种状态？

18. 试从艺术的编码过程、解读过程与信道特点等方面来说明艺术传达的特点。

19. 什么是传达的主体性？自由艺术有怎样的传达主体性？

20. 社会符号有怎样的作用？社会符号有怎样的双重性？

21. 社会符号有哪些分类？有怎样的性质？

## 第2篇 应用篇

### 第5章 设计的符号与文化价值

#### 5.1 设计的分类

##### 5.1.1 设计与文化

在上一章已经讲述了人类利用自己的大脑与双手所创造的一切财富，都统称为文化。人类所创造的财富既有物质财富，又有精神财富。所以文化也分为精神性文化与物质性文化两个重要领域。正因为文化的创造，人类彻底地与动物界分化：不再只能依赖于本能，生活在现实的、自然的世界中；同时人类还生活在自己所创造的、平行于现实的、自然世界的文化世界之中。

设计是造物活动，是人类物质文化的创造。在人类的婴儿时期，以赤条条之身无援地与严酷的自然相对抗，顽强地生活在严酷的自然之中。为了提高自身在严酷自然中的生存与生产的能力，于是就产生了对工具与用具的需求，从而开始了对工具与用具等物质文化的创造。在人类形成社会并渐趋复杂时，就有了社会化的表现与大规模地传播客观信息乃至主观的思想、感情的需求，并终于开始了各种传播媒介的创造。人类为了阻断严酷自然风雨寒暑的侵袭与躲避猛兽的侵害，于是就产生了创造既舒适又安全的小环境的需求，从而开始了巢穴乃至建筑的营建。这些工具、用具、传播媒介直至巢穴、建筑等都是物质领域的重要文化创造。由于人类这种现实的需求一个又一个地不断涌现，使人类不断扩展物质财富创造的深度与广度。使人类自身的能力不断地提高，使自己的活动范围不断地扩大，使人类的足迹遍及全球的所有陆地，乃至上天入地，远征太空。正因为人类在长期的生产实践中各类物质文化的创造，在极大程度上延伸了人类自身的功能。而担负着这些价值不可估量的物质文化创造职责的正是设计。

设计的造物活动，在创造物质文化的同时，因对自身创造物的功能与形式所产生的主观价值，还极大地丰富了精神文化，尤其是成了自由艺术创作与艺术美产生的源泉。使自身成为一种不同于艺术美，并且较之艺术美更为重要的技术美的创造。

##### 5.1.2 设计领域按需求的划分

任何一种“激励”往往都会产生相应的“响应”。人类自身任何一个现实功能的不足，都会演化为对物质财富创造的现实需求。这种需求就成为设计行为的“激励”，而设计则是针对这种“激励”而产生的一种相应的“响应”。不同类型现实需求的激励，就会导致不同设计响应



的诞生。归纳纷繁多样的现实需求，不外于如图 5-1 所示的三大类：一类是置身严酷自然的人类，为了提高自身的生存、生产能力而对各类生活、生产的工具与设备所提出的需求；另一类是作为社会化的人类为了取得正确的思维与行动，而对信息交换方式与传播装备等媒体所提出的需求；还有一类是置身条件恶劣的自然界的人类群体，为了提高并改善全社会的生活、生产的效率与质量，而对物质性环境设施所提出的需求。作为这些现实需求的响应，设计也可相应地归纳为如图所示的三大类：这就是产品设计、传播设计与环境设计。

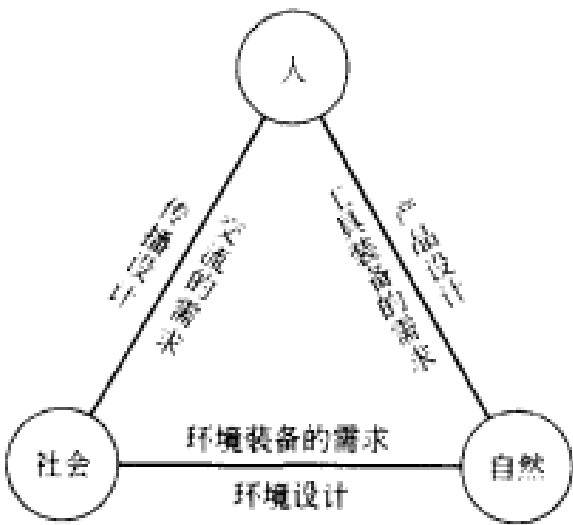


图 5-1 需求与设计

(1) 产品设计 (Product Design)

如图 5-1 所示所谓产品设计，就是为了人类对抗严酷的自然，提高自身生存与生产能力，而对工具与用具的现实需求所作的“响应”。换言之，就是用所设计、生产的诸如工具与用具之类的产品来延伸人类自身生存与生产能力的不足，即自身功能的不足。比如服装，就是人类自身皮肤功能不足的延伸；又如音响设备就是人类自身听觉功能不足的延伸；再如各类交通工具就是人类自身双脚功能不足的延伸……。所以，凡人类自觉到自身功能的不足就是推动产品设计不断发展的原动力。

随着历史的发展，特别是生产力的发展，人类也在不断地自觉地提升这种能力，从而提出了更多、更高的需求，不断地推动产品设计走向更高的阶段。早在人类的孩提时代，刀耕火种对于赤条之身的人类来说就是自身功能了不起的延伸了，从而有了石刀石斧，陶器绳索。继而又有兽皮、树叶加身，满足了人类身体的生物性（保暖）与社会性（蔽体）的需求。现代这类简单的工具、用具早已远远不能满足人类不断提升的需求，于是用各类机器设备与各类服装进一步演绎了这种被延伸的功能。人类就是这样不断地提出需求，永无止境地推动着产品设计从一个高度走向另一个高度。

在生产力低下的古代，人类众多自身功能延伸的愿望难以得到满足，往往就只能在神话传说中用“无中生有”的形象思维来弥补现实生活中的遗憾了。就像封神演义中的战争场面往往就演变成了神仙的斗

法。这边用手一指就飞出一支剑，那边用手一指就回过来一道光。一旦取胜无望就一身遁入土中逃之夭夭。到了生产力高度发展的今天，这些神话中的场面，终于也成了现代战场中的现实。腾空而来的剑，不就是按钮一按迎面而来的“飞毛腿”或“战斧”吗？追踪而去的光，不就是按钮一按腾空而去的“爱国者”吗？至于上天入地更是比比皆是。即使同一种功能，人类在不同的历史时期中也演绎出不同的水平的多种产品。这就像音频机器，自从 1877 年爱迪生发明留声机以来，由唱筒到唱片、由粗纹到密纹、由单声道到立体声、由机械灌制到电气灌制、由模拟到数字，将产品的文化价值从一个高度推向另一个更高的高度。

不论是纵观历史，或是放眼世界，产品设计有着广阔的领域，无限的前景。正如设计师罗威所言：“产品设计小可以小至口红，大可以大到机车”。但是连他自己也不曾料到竟然有这么一天他还设计起宇宙飞船来了。产品设计品类之多，多可包罗万象。活动领域之大，大可容天、地、人。

产品设计包罗万象的应用领域，可以分成以下四大类。

① 家用产品。包括满足家庭以及不同年龄段成员日常生活所需的绝大部分用品，有厨房用品、卫生间用品、家用电器、个人电器、家具、服饰与床上用品等。

② 服务业设备。多数第三产业的设备往往都是家务劳动社会化后的“家用产品”，它们一般都能在家用产品中找到它的原型。只不过这些服务业产品名称之前都必须冠以“专业用”字样而已。它们既是为了满足日常生活之所需，又是服务业的生产工具，如餐饮业专用厨房用具，美容业专用美容用具等等。随着社会的进步分工更趋成熟，此类产品变得更大量、更多样。

③ 交通工具。是人类出行的代步工具。它既可以是生活道具，又可以是生产工具。百余年来交通工具的发展突飞猛进，不仅有了汽车、火车、轮船、飞机，竟然还有了宇宙飞船、航天飞机等等。

④ 生产机械与工具。是人类在生产实践中自身功能不足的延伸。它们是指农、林、渔、牧等第一产业与各类工矿企业等第二产业中所需的生产机械与设备。正是这些产品，使人类的生产能力获得了极大的提升。

## (2) 传播设计 (Communication Design)

所谓传播设计，它是为了满足人类社会一切客观的信息与主观的思想、感情的交流或传播的需求，所作的“响应”。像前面一样，把这些信息与思想、感情仍广义地称为信息。人类在社会中之所以能采取正确的思维与行动，正取决于这些广义信息的交流与传播。为了实现这种最佳传播的需求，所作出的物质性手段的响应，就是传播设计。之所以称为传播设计，正因为这一名称能准确地道出了它有广为分散传扬、其信文必须经最大批量的复制之意。在国际社会中一般所指的传播设计就

是指对各类传播媒体的设计，包括诸如报刊，乃至影视等大众传播媒体。但在中国仅把传播设计的应用完全局限在了商业宣传之中，并且还将传播设计称为传达设计。据说这是为了有意避开影视传播之类媒体，假若如此那真可谓大错特错了。

人类有五官，但是人类接受外界信息量最多的、最主要的感官是视觉与听觉，所以传播设计也主要地分为视觉传播设计与听觉传播设计两类，当然还有这两类合二而一的视听传播设计。但是在视听传播设计中，视觉传播与听觉传播两者是并行的，并且，各自属于完全不同的学术领域，仍需分别对听觉传播与视觉传播进行研究。

传播设计是为了对包围人类的环境中所有种类的视听信息进行管理、构成，并综合地创造适合人类的各类视听环境的创造性活动。它并不只是为了商业宣传所作的设计，只不过在现代商品化社会中，商品是事物存在的主要形式之一，所以商业宣传成了商品经济社会中传播设计的重要组成部分。在现代工业化国家中更主要的还包括对影视传播媒体等的设计。

① 听觉传播设计（Hearing Communication Design）。听觉传播设计也称音响设计（Acoustic Design），是对包围人类的环境中的所有种类的音响进行管理、构成，从综合的立场创造适合人类的音响环境的创造性活动。在现代社会中人类的重要信息来源之一是听觉，音响传播是听觉环境中的重要组成部分。所以听觉传播设计是对传播中的音响进行管理、构成，并从综合的立场创造与人类身、心能最佳匹配的音响传播的创造性活动。而在商品社会中，商品是事物存在的主要形式之一，所以商业宣传是商品经济社会中听觉传播设计重要应用领域之一。

随着历史的前进、生产力的提高，人类的听觉功能已经取得极大的延伸，甚至其可听范围已经超越地球。在工业化国家中音响环境的重要性正在不断地被认识，随着技术的不断进步，正不断地增大听觉传播设计的必要性。但在中国，迄今为止，听觉传播的重要性并未引起应有的重视。

不论是为了怎样的目的，以怎样的形式进行传播，从符号学的角度来看听觉传播设计符号的物理存在形式都是声波，而系结符号能指与所指的心理空间是听觉空间，也就是说是由听觉来“读取”符号形式中的内容的。

② 视觉传播设计（Visual Communication Design）。视觉传播设计也称图形设计（Graphic Design）是为了创造性地构成并传达视觉信息所作的设计。人类最重要的信息来源是视觉，视觉传播是视环境中的重要组成部分。所以视觉传播设计是对视觉环境进行管理、构成，并从综合的立场创造与人类身、心能最佳匹配的视觉传播的创造性活动。而在商品化社会中，商品是事物存在的主要形式之一，所以商业宣传是商品经济社会中视觉传播设计至为重要的应用领域。

随着历史的前进、生产力的提高,人类的视觉功能也已经取得极大的延伸,其可视范围已经超越银河系。现代的视觉传播设计,除了传统的印刷媒体之外主要的有电波媒体、有线媒体与光化学媒体等共四大类。在近年,有线媒体得到了突飞猛进的发展,使向来都只采用被动接收的单向传播方式得到了革命性的变化。但不论是以怎样的形式进行传送,视觉传播设计符号的物理存在形式是二维或三维的形状、色彩与材质,而系结符号能指与所指的心理空间是视觉空间,也就是说是由视觉来“读取”符号形式中的内容。

### (3) 环境设计 (Environmental Design)

环境设计是因为置身自然环境中人类社会的生存、生活能力的不足而出现的改善物质性环境及其环境因素的需求所作出的响应。所以,环境设计是以人类生活的空间为中心,对这一空间的构成及其中的物质性环境设施所进行的规划活动,以使这一物质性环境与生活在其中的社会人群身、心以及行为模式取得最佳匹配的创造性活动。

人类生活是多方面的,与人类生活相关联的空间及其中的物质性环境设施也是一个涉及面很宽的领域。从个人空间到公共空间,从一个地域到一个城市,近年来人类还把自己生活的触角伸向宇宙。并且,人类的生活环境还是由规模、功能与主观价值各异的各种建筑物、各种设施与各类器械装备等多种物质要素周密地构成的,它们作为一个相互关联的系统不仅对维持现代人的生活起着直接的作用,并且还体现了浓厚的时代文化特征。

为了使环境与人类生活取得最佳的匹配,创造一个适于人类生活的最佳物质性环境,形成一个有机的、相互协调的人与空间、人与环境的系统,这是环境设计的基本理念。

环境设计的性质决定了它是一门覆盖面极宽的综合性交叉学科。它是建筑学、环境工程、环境人类工程、土木工程、人文社会科学、乃至艺术与其他设计等的有机综合。随着科学技术的不断发展,人类生活面的不断拓宽,环境设计也将不断展宽自己的学科覆盖面。

环境设计的应用面虽然要单纯得多,窄的多,但是它所创造的社会财富,它所涉及的规模,以及它所创造的文化价值都占有极其重要的地位。它主要为了满足社会及家庭生活的需求所进行的设计。它包括建筑设计、园林设计、城市景观设计、城市规划与环境设施等领域。

#### 5.1.3 设计领域按工艺特点的划分

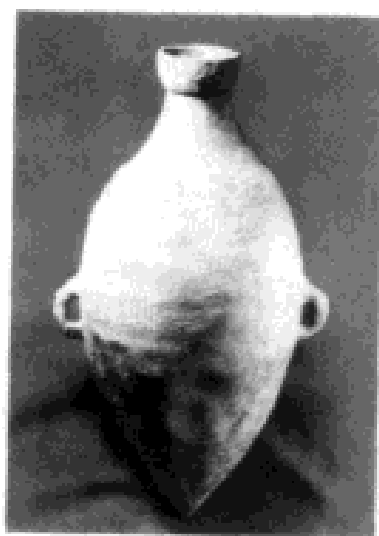
设计的信文构成是手段不是目的,只有当设计所构成的对象在消费者、使用者手中发挥了它的应有驱动作用后,才能说是设计的完成。一切设计最终成为能满足现实需求的产品,都有待于利用特定的工艺手段来完成。但随着生产力的发展,工艺手段也取得了彻底的变革。20世纪前半期,在中华大地绝大部分城市还只是各类大大小小的手工作坊,生产着日常生活的必需品,而广大农村甚至于连像样的手工作坊也难得



一见。但到了 20 世纪的后半期，在工业化的道路上开始了突飞猛进，原先由手工工艺手段来制作实用产品的生产方式，很快地为工业生产所替代。由于新型的生产手段的形成也带来了新型工业产品的出现。但由于计划经济的拖累，长期以来未能使有实用价值的产品衍化为有交换价值的商品。所以也就未能出现对新型生产手段，机械化批量生产的工业产品进行设计的需求。20 世纪 80 年代在改革开放的大好形势下出现了商品经济，也终于从先进的工业化国家引进了崭新的工业设计学科。从此在中国也有了将设计分成了传统设计与现代设计的两大领域的可能。

## (1) 传统设计

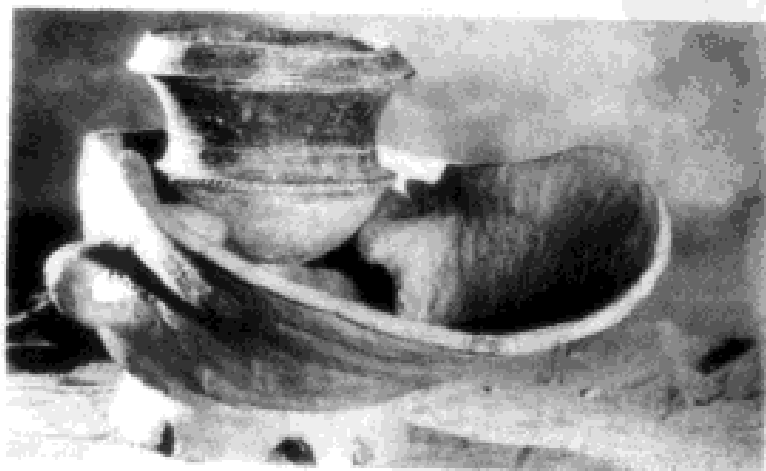
所谓传统设计 (Tradition Design)，就是指对以传统的手工艺手段制作的产品的的设计，也称工艺美术设计 (Craft Design)。自人类开始创造物质文明以来直至工业革命初期的漫长的岁月里，人类的造物活动，始终保持着传统的手工艺手段。早在新石器时代的后期，如图 5-2 所示所制作的产品 (参见彩图 5-1)，在工艺上尽管还嫌粗陋，但始终坚持着以实用功能为主体，也高度重视象征功能创造的设计思维，创造了古代手工工艺的灿烂文明。



(1) 尖底瓶 (仰韶文化)



(2) 陶鬶 (大汶口文化)



(3) 陶炉灶 (河姆渡文化)

图 5-2 “用”“美”结合的古代手工工艺文明

但是，到了新兴的青铜文明诞生以来，对诸如青铜器皿和用具的占有者只属于极少数的贵族阶层。从此新兴的手工艺文明背叛了手工工

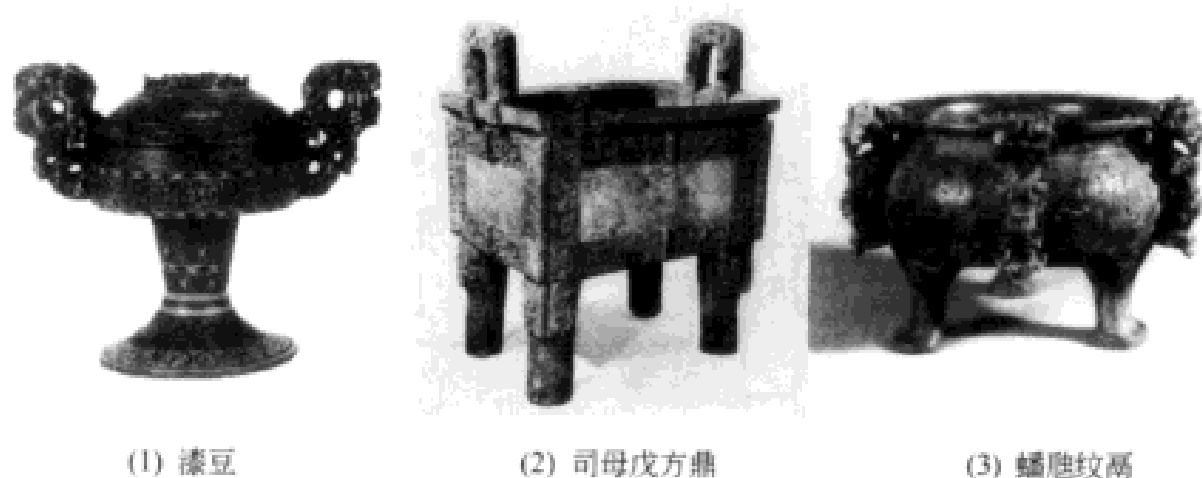


图 5-3 炫耀财富、权利与地位的贵族工艺

艺中“用”与“美”的结合，以“用”为主要的传统，却沿着一条贵族工艺的途径发展。尤其是如图 5-3 或彩图 5-2、彩图 5-3 与彩图 5-4 所示的大量礼器的出现，可以说“用”已“下了岗”，这类用于祭祀的礼器几乎就成了仅仅炫耀财富、权力与地位等的象征。完全颠倒了产品设计中实用价值与象征价值的主从地位。这时，只有在最广大的下层民众所使用的道具中，仍坚持着先人存留下的生产周期短、产量高、价廉物美的、“用”与“美”的结合，以“用”为主的手工艺的优良传统。

在进入资本主义社会之前，手工艺最终形成了两大流派：一派是继承了实用产品的“用”、“美”结合，以“用”为主的手工艺的优良传统；另一派则失去了产品的实用价值，开创了几近仅有象征价值的陈列工艺品制作的先河。两者都分别取得了极高的，但性质完全不同的文化价值。

进入了资本主义社会后，形成了具有最广大人数的第三阶级民众（工商业者与劳动大众），他们开始出现了各类实用产品最广泛的现实需求。但是采用传统的手工艺制作实用产品的生产手段再也无法满足日益增长的需求，终于导致了产业革命，以工业化手段对实用产品的生产，同时也导致了生产实用产品的手工艺的衰落。从此，手工艺也就将制作以实用价值为主、以象征价值为辅的实用产品的地位拱手让给了现代工业，给自己仅留下了制作只有象征价值的陈列工艺品的功能。因此，在现代、工业化时代的所谓传统设计，其价值已经不在生产实用工艺品之中，而已经仅在制作只有象征价值的陈列工艺品之中了。

## （2）现代设计

所谓现代设计（Modern Design），也就是对由现代的生产手段生产的既具实用价值，又具象征价值的一切实用产品的设计。由于现代的生产手段也就是工业化的手段，所以现代设计也就指工业设计（Industrial Design），两者几乎是完全同义的。

但是，工业设计一般来说如图 5-4 所示，可分为三个不同的层面：

① 狭义的工业设计，仅指满足工具装备需求的产品设计，一般也

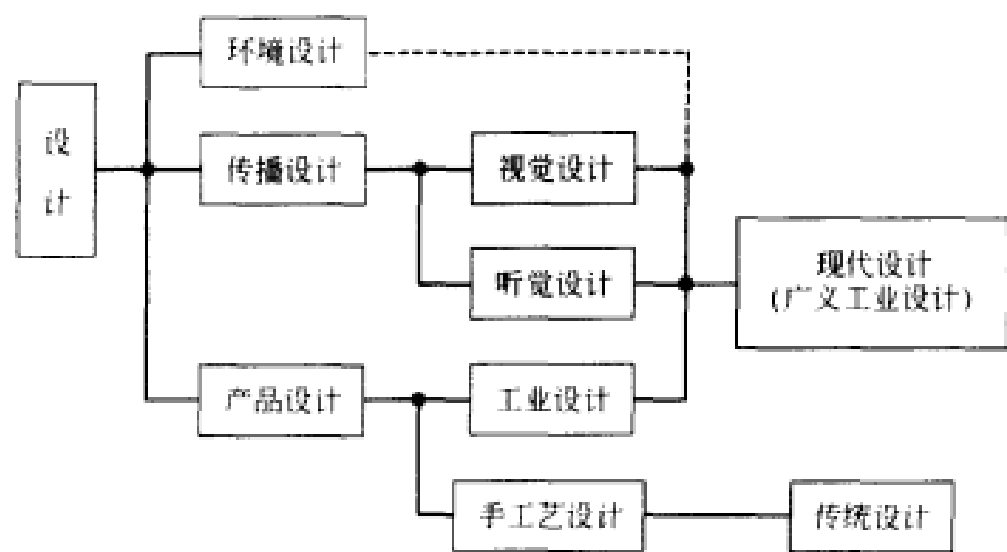


图 5-4 设计领域的专业分工

就简称为工业设计：

② 一般层面上所指的工业设计，除了上述的产品设计之外，还包括满足交流需求的传播设计，因为两者都是现代生产手段的产物：

③ 广义的工业设计，则除了上述两者之外，还包括满足环境装备需求的环境设计。图中之所以用虚线画出，是因为环境设计所对应的生产手段还相当程度地保留着传统的工艺手段。一般不特指广义的话，工业设计是不包括环境设计在内的。而现在如日、美、德等工业化国家不仅已有建筑预制件的工厂化生产，并且还出现了工业化住宅的生产。所以环境设计也渐渐地被纳入到广义的工业设计中去。

但是现代设计的道路并非一帆风顺。并不是一开始就明确以实用功能为主，以象征功能为辅的设计理念。长期以来多次摇摆在不强调这一功能就是强调那一功能的几乎是排他的状态之中。在产品的工业化生产最初的年代里，生产的分工，工程知识的膨胀，也带来了两种功能的分家，“老死不相往来”。工业化产品的设计中片面地追求实用功能的实现，甚至于仅仅考虑了物本身的可用性而已，更不用说将审美功能乃至象征功能的追求全般地丢还给了手工作坊。终于招致了社会的非议与拉斯金、莫里斯等人的抨击。之后又是一种倾向掩盖了另一种倾向，这次则是莫里斯等人对生产力的反动，片面地强调了象征功能，或者干脆说是审美功能的实现，将产品生产拖回到了手工作坊中去，忘了产品的生产首先就是为了满足最广大民众的现实需求。在 20 世纪 10 年代，好不容易确立了包豪斯的设计理念。但是，在 20 世纪 20 年代末即将开始的大萧条之前因为扩销无门，黔驴技穷，又一次蹶起了片面追求审美功能的后蹄。直至第二次世界大战之后终于在先进的工业化国家最终确立了现代设计的理念，也就是在工业化的背景下确立的实用功能与象征功能并举，以实用功能为主的现代设计理念。

5.1.4 设计按应用的分类

(1) 设计学科按应用的分类

在历史上，有人认为设计活动还可以按应用领域来进行划分，这就

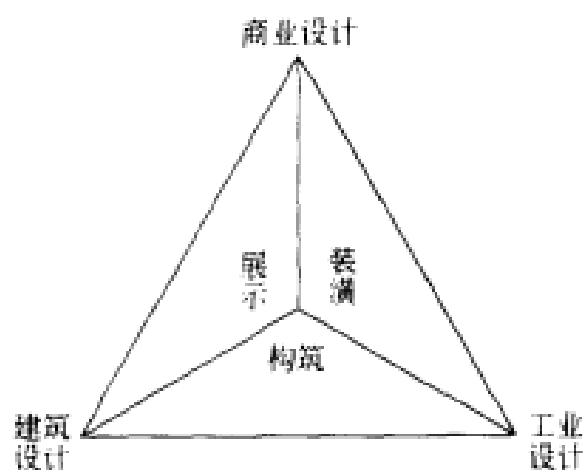


图 5-5 设计按应用领域的分类

是如图 5-5 所示的，分为在工业领域的应用、商业领域的应用与建筑领域的应用三类。并认为在工业领域中的应用称为工业设计，它所采用的往往是构筑与装潢的手段；而在商业领域中的应用则称为商业设计（Commercial Design），它所采用的往往是装潢与展示的手段；而在建筑领域中的应用则称为建筑设计（Architectural Design），它所采用的往往是构筑与展示的手段。

这种按应用领域的分类虽然既无法阐明设计的理念，也无法揭示设计的本质，也还不能全面地包容设计的全部，现在在国际上已经提得很少了，但毕竟也曾频繁地使用过，它所归纳出的各类设计所采用的手段也表示了过去某一个历史时期人们对待设计的基本观点。但是在中国迄今这种观点仍还十分兴盛。

（2）设计应用的交叉

任何一个设计学科都是一个交叉学科。首先，它是一个生产力，与不同时期的生产方式紧密相关，所以现代设计与各类工程技术密切相关。产品的“用”不仅限于“物”自身的可用性，它还将作为人类自身功能不足的延伸，所以它还与人类工程学密切相关。设计中不仅要创造“物”的实用价值，并且还要创造“物”的象征价值，所以它还与人文社会学科密切相关。它的象征价值中还有重要的审美价值的体现，所以他还与艺术学科密切相关。由此可见，任何设计都如图 5-6 所示那样，是一个大门类的交叉学科。

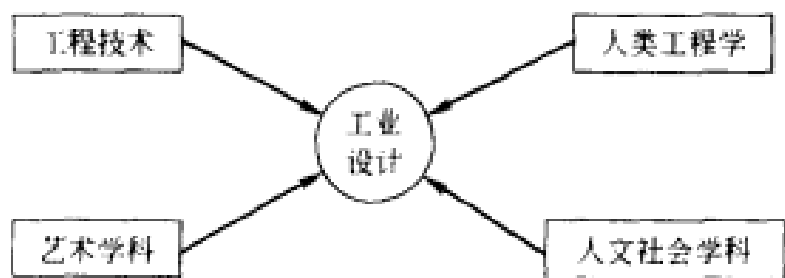


图 5-6 设计的学科交叉

作为设计在产业界的具体应用，更可说包罗万象，不胜枚举。并不是所有的设计对象，都能被恰如其分地纳入到上述的某一设计领域中去。不少设计项目往往还如图 5-7 所示分别横跨两个不同的设计学科，



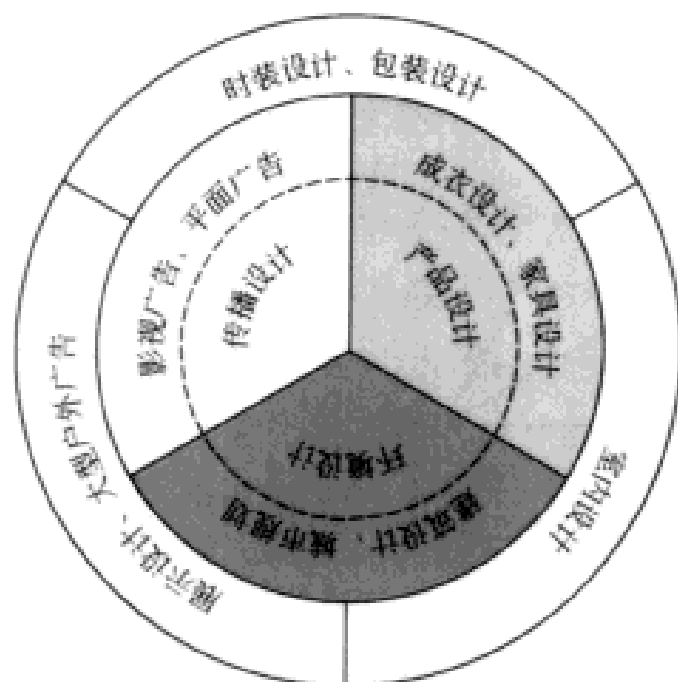


图 5-7 设计活动领域交叉举例

乃至多个学科。

例如，服装设计（Costume Design）中的成衣设计就是地地道道的产品设计，但是其中的时装设计就横跨了产品设计、传播设计乃至造型艺术三大领域。因为时装虽说也是可穿着的，但更主要的方面则是为了传达穿着者想传达有关自身的某种信息，并且它还与造型艺术一样不是批量的，还几乎打破了作为产品设计的绝大部分编码规则的制约，几乎成了自由艺术。

又如建筑中的室内设计（Interior Design）与大型交通工具的内装设计，这既可视作建筑的空间与环境设施的一部分，也可视为家用产品的一部分，所以在学术上也可以说是横跨产品设计与环境设计两大领域。

再如包装设计（Packaging Design），它虽主要的是为了信息的传达，但它们还不同程度地与产品关联，并存在着类似于产品的三维“构筑物”。所以从学术上来看它们主要地属于传播设计，但还一定程度上与产品设计相关联。再如，展示设计（Display Design），它主要的是为了信息的传达，但它们还不同程度地与环境相关联，并存在着类似于建筑的三维“构筑物”。所以从学术上来看它们主要地属于传播设计，但还一定程度上与环境设计相关联。还如所谓的 CI 设计（Corporate Identity System Design）与其说属于传播设计，不如说更主要的是具有审美特性的企业文化的建设，所以，主要的是属于管理学科。由此可见，每一设计学科不仅有自身学科交叉性，并且一个具体的设计项目还具有设计学科间的交叉性。

## 5.2 设计的符号功能与符号特征

设计是人类社会生产实践的产物，所有设计的对象都是人类社会的需要，是赖以进步的最重要的文化创造，即一种物质性的文化创

造。一切文化现象都是符号现象，所以，设计现象也是一种符号现象，它是社会编码的一个重要组成部分。它的符号功能也是为了传达这种物质文化的效用。所以，设计就是为了传达，不论是怎样的产品都是设计师为了传达特定的目的功能所构成的信文。那么设计师究竟要通过产品这一信文传达些怎样的效用，也就是产品这一信文又意味着什么？将对使用者诉述些什么及产生怎样的驱动作用，又应如何构成产品这一信文呢？这些就是本节所要解决的问题。为了解决这些问题，将在本节中分析设计符号的意义是什么，设计符号的功能是什么，设计符号具有怎样的特性等。

### 5.2.1 设计信文的意义——文化价值

设计的产品，也就是设计符号构筑而成的信文，它有意义吗？如果有，它究竟又意味着什么，这种意义有无文化价值吗？如果有，它又是怎样的价值？人们可以从自己日常生活中常见的设计对象说起，来分析产品中两类共竞共存的，不同的文化价值。

#### (1) 外延功能——实用价值

每早起身首先要刷牙，于是拿起牙刷，试问牙刷这一设计对象有意义么？谁都不会不知道“物”的意义，就是它的功效，牙刷能为人们剔除牙缝中的残渣与刷去牙面上的污垢，所以牙刷的意义也就在于它可驱使使用者去利用它维持口腔的清洁与卫生之类的功能。

如果突然发现有一件旧家具的一个木隼松动了，需稍加修缮，但是赤手空拳一筹莫展，终于找到了一把榔头，三下两下就给修好了。试问这榔头有意义吗？大概同样谁也不会不知道榔头能为人们完成赤手空拳所无法完成的诸如敲敲打打之类的工作。所以也可以说，榔头这一由设计所构成的信文也是有意义的，它意味着可驱使使用者利用它去完成敲敲打打这类人手直接无法完成的功能。

吃了早饭于是就坐在写字台前开始面对计算机写作这本“设计符号学”的书，试问这些桌椅有意义吗？如果没有了桌椅人们是无法很好完成诸如书写与阅读之类的活动。所以说，桌椅之类的产品它们的意义就在于它们能帮助人类很好地完成书写与阅读活动。换句话说，它就意味着可驱使人们最佳地利用它们去完成书写或阅读等活动，特别是书写活动的功能。

由此可见，人类通过设计所创造的一切对象，不用说像汽车、计算机、家用电器等高科技、高投入的产品，即使像牙刷、榔头之类的小工具，它们都是有意义的，它们的意义就在于它们可被利用的功能。并且这些功能往往是人类所必需的，但又不是人类自身所具备的。所以说这种可被利用的功能，更主要地还在于它极大程度地补充或延伸了人类自身功能的不足。所以，这种创造物的意义不仅仅是可以轻描淡写地说是物本身的可被利用的功能而已，更主要地它还成了人类自身的功能的延伸。并且它们还可以像人们自己与生俱来的经过物竞天择的功能一样与

自己的身、心取得最佳匹配，使用得心应手、舒适自如。这才是设计对象的真正意义，也是设计活动本身的理念。一切设计对象都可视为人类与严酷自然之间的一个了不起的界面。人类通过这样一个又一个的界面将一步一步地扩展了自身的活动范围，提高了自身在严酷自然中的活动能力。人类正因为有了这样一个又一个的设计对象赋予人类种种“意义”的积累，人类才能从昔日以赤条条之身，无援地生活于严酷的自然，直至今日“能上九天揽月、能下五洋捉鳖”，把人类的活动足迹遍及地球的每一个角落并迈向了深海与太空。所以说人类所创造的这些功能正是设计给人类带来的无与伦比的，了不起的文化价值。

正因为太司空见惯了的缘故，人们并没有真正地认识到这种了不起的价值。不少人也在高谈设计文化性的阔论，但究竟什么是文化性呢？似乎非上层建筑就没有了文化价值似的，或者为了说文化价值，就非要把设计整个儿地也从经济基础拽到上层建筑去不可。竟然对一个无时无刻都在人们身边的，与人类接触最广，对它需求最高，关系最密切，作用最巨大的文化价值视而不见。难道非让它也埋藏地底下上千年后才能发掘出它所蕴含的文化价值吗？这也就像对待语言一样，只有当人们只身置于一个未知其语言的国度时才会真正认识语言的了不起的价值。因此并不是一定要高科技的产品、高投入的产品才有较高的文化价值。凡是与人类的生活密切的程度越高也就会有越高的文化价值。试想如果还没有牙刷，人们的生活质量将会下降到怎样的程度？如果还没有榔头，人们的生产、生活水平大概只能退回到刀耕火种的新石器时代了。对于现代人来说如果没有桌椅，现代人的生活、工作都是难以为继的。因为人们依赖桌椅的不仅是为了去欣赏它，更主要的是为了利用它去完成大量的工作。并且，依赖于它的工作越来越多，所需要的时间越来越长。如果没有了设计为人们所创造的一切，那就得重写“鲁宾逊漂流记”了，因为当年的鲁宾逊还带着失事船只上可能带着的一切文明社会所创造的工具与材料，过的已经是够奢华的“现代”生活了。如果不考虑人性化的对人关系，当年卓别林也得重拍“摩登世界”了。因为他所鞭挞的正是企业主为了无限制地提高速度、榨取利润而利用新科技，花大本钱不断改进、发明的各种新机械、流水线乃至“喂饭机”，非人地摧残工人，对于这类机械只有负面的文化价值了。由此可见，人们在产品中所创造的是对人类进步极其重要的文化价值。所有的产品也与其他符号的信文一样，使用者都能从其中“读取”它所直接意味着的内容，也就是该产品赋予人的，并成了人类自身所必需的，被延伸了的极其重要的功能。这一功能就是产品的实用价值，也是产品文化价值的主体方面，也正是设计符号传达过程所要传达的“信文”的意指内容，即所谓的广义信息的主要方面。这也正是工业设计必须实现的设计理念。

究竟传达了怎样的广义信息，它与设计信文有怎样的关系？这都取决于符号的性质。因为实用价值是符号外延性的所指，它完全取决于设

计系统的基于客观构想的设计编码规则。所以这种规则毋庸置疑不仅是严密的，并且还是定量化的。在这一编码规则的支配下能指与所指的结合是稳定的。

正由于产品的实用价值有如此巨大的作用，并且，又是人类所必需的产品现实的功能，所以就把这种实用价值称为一次功能。又因为它是外延语义所决定的功能，所以这种一次功能又称为外延功能。这种外延功能是产品之所以能成立，并存在的前提。

## （2）内涵功能——象征价值

但是一个设计信文在实用价值传达的同时，还可以看到，只要这种有用的文化对象的存在，除了在客观上的实用价值之外，人们往往还会因其一次功能与形式而赋予它以一定的主观的价值。如图 5-2 或彩图 5-1 所示的仰韶文化的尖底瓶，到了现代它的实用价值已大为降低再也不会被继续发挥作用了，但是人们却仍继续赋予它以极高的价值，这一价值已不再是它所存在的现实的实用价值，而是一种主观价值。因为它当年所发挥的功能与它所具有的形式，就象征着仰韶文化时代先民们的特定的生活方式、当时的生产力及其工艺水平等等，也就是当时客观的物质文化在人们意识中的反映。所以即使在它的实用价值已完全被其他产品所替代的今天，还仍能产生当年它的实用价值所无法比拟的极高的象征价值。由此可见，所谓象征价值就是人类因一次功能与其形式而给与产品的主观价值。也就是当产品的内容与形式的统一体作为能指时，在人们主观意识中形成的所指。所以象征价值也就是产品的含义（内涵语义）。

又如，在参观北京故宫太和殿时所见到的皇帝的御座，如果以现代设计的观点去考察它、分析它的话，那简直一无是处。它那双人扶手椅式御座的庞大身躯使就座者（当然应该是皇帝）的背沾不着靠背，双手够不着扶手，还哪里谈得上作为扶手椅的实用价值呢？从这一点来看，皇帝也够辛苦的了！其实，作为御座考虑的主要方面本来就不在于实用功能，而在于它的象征功能。因为它象征着的是在此就位者即皇帝的至高无上的地位与权力，这几乎就是它的全部含义。每一位皇帝也正为了这一含义争得你死我活，都愿意付出“自讨苦吃”的代价。这也正是前面所说的传统设计中的所谓贵族工艺的产物。它之所以会产生这样的象征价值，首先还在于其原型的椅子有着座位的功能，而座位又被引申为地位的含义，如常说的“第几把交椅”。这种主观价值一直被引申到御座作为至高无上的地位，乃至权力的象征。由此可见，御座的象征功能也是一定程度上基于其原型、椅子功能的一种主观价值。当然，御座上雕梁画栋的形式，进一步强化了这种的象征。并且这时的象征价值已经从客观存在反映为人类的一种意识形态，终于成为封建文化的一种“上层建筑”、皇权思想的象征。在这厚重历史积淀的文化价值中这一笨重、累赘、呆板的御座在当时人们的眼里，则是至善至美的东西了。但对于



现代人而言，不仅“用”已“下了岗”，甚至连“形式美”也“退居了二线”。由此可见象征价值因审美主体的主观性而产生很大差异。而人们现在所赋予他的象征价值已与当时有了很大的歧义。更主要的是将它作为一个时代的社会与文化现象的极其重要的见证，一个时代技术与工艺的极其重要的见证。

又如彩图 5-5 所示，是座落在上海外滩的一座有名的文艺复兴式的建筑。它作为一个设计的对象当然是有其实用价值的，这就是作为一栋建筑的功能。但是人们还会通过对其功能的了解以及对其客观存在形式的认知，赋予它以一定的主观价值。这种主观价值就是人们将它视为文艺复兴时代建筑文化的象征而赋予它的。因为它象征着文艺复兴时代居民们的某种生活方式、当时的建筑技术与样式、工艺水平，并透过这些让人们感受到当时的社会风尚与志趣等。所以这座建筑不仅有它的实用价值，并且还有他很高的象征价值，并且这种象征价值是有着长期、浓重的历史、文化的积淀的。

由以上所举的例子中，前两个例子都属于传统设计，不是随时间的推移它的现实的实用功能逐渐被其他产品所替代，就是在设计之初就没有以实用功能为设计的主要目的。所以不论实用价值如何，它们都有较高的象征价值。后一个例子属于建筑设计。一般建筑设计在漫长的历史长河中对其功能与样式的主观价值有充分的积累，所以到了今天在有较高的实用价值的同时也都有较高的象征价值。这种象征功能的不断积淀，使之成为一个民族文化的组成部分。在这些具有高度象征价值的设计对象中，产品单纯的形式美真可谓是汇聚于这个博大精深的文化洪流中的一涓清溪而已。

但是，诸如家用电器之类的工业产品，在中国往往在设计中所表现出的现状是：一、这类产品几乎只是沿袭国外的设计，毫无国人的原创性；二、尚缺少对产品功能与形式双面体的主观价值评判的积累与正确的探索，所以缺少文化的积淀及足够高的象征价值；三、一旦考虑象征价值时，往往也只在其固有形式上添加与整体信文毫无关联的外饰。所以，不能不常常自戒及自责，而目前培养的工业设计师究竟是工业产品的“建筑师”呢，还是工业产品的“粉刷匠”？这也正有待于从事设计教育的教师们与从事设计活动的设计师们对每一个设计产品的功能与形式关系的再认识，能在充分传达产品的实用价值（当然是指作为人类自身被延伸了的功能）的同时，更充分地表现它的象征价值。

同时应时时刻刻不能忘记这种象征价值是同一产品信文内涵性的所指，它只是基于对产品一次功能与其形式相结合的双面体的主观价值，是一种二次功能或内涵功能。所以内涵性符号能指（外延型符号双面体）与所指（象征价值）的结合很不稳定，甚至可能因人而异。只有当一种内涵被反复使用时才有可能逐渐地被规则化，成为文化的积淀。因此不妨视这种被特定文化逐渐规则化了的结合关系为一种准编码。但在

这种准编码的形成过程中毋庸置疑还是不严密的、多义的。

### (3) 信文文化价值小结

通过上述例子的分析可以归纳出以下几个结论。

① 设计对象是有意指内容的，这就是产品的文化价值。而产品文化价值的主要方面则是实用价值，也就是产品延伸了人类自身不足的具体功能，也称为一次功能。此外，产品文化价值都还有附加价值的一面，这就是象征价值，也称为二次功能。

② 设计对象的实用价值，即一次功能是产品符号的外延性所指（明视义），所以能指与该所指的结合是稳定的。它的编码规则是既严密、还不毋庸置疑地是定量化的，也就是形式在量上的变化将带来语义（实用价值）在量乃至质上的变化。因而对其形式就有定量化的制约。

③ 产品的象征价值，即二次功能都是人们基于产品所具有的实用功能及其形式而赋予它的主观价值。它是产品符号的内涵性所指，一般它并不存在确定内涵语义的符号规则。能指与该所指的结合仅基于主体（观察者）的主观心理认知，是不稳定的。即使在不断地进行文化积淀、逐渐出现规则化的过程中内涵的准编码后还相当时期内存在不严密性、多义性。

④ 在工业化的时代，传统设计中因为制作实用工艺品的功能已被工业设计所替代，几乎只留下制作陈列工艺品的功能。所以实用价值都有不同程度地退化，乃至有完全丧失的可能。往往都只留下比较高的象征价值。

⑤ 而在现代设计中，由于实际需求所致，往往更多地考虑的是产品的实用价值。又因为工业产品的功能与形式都是崭新出现的，在主观上尚缺乏对它的认识，在客观上尚缺乏深层象征文化的积淀，一般象征价值的比重较轻，这是它们的特点与目前的现状，也正是每一位工业设计师必须面对的问题。

综上所述，对照图 4-5 可以知道，产品的实用价值就是产品信文基于客观构想的编码规则所确定的外延语义，产品的象征价值是产品功能（外延语义或一次功能）与形式的统一体基于主观认知所确定的内涵语义（二次功能）。

#### 5.2.2 设计符号的功能

已知任何产品都是有具体的含义的，它的含义就是该产品的文化价值。所以人们之所以要进行设计就是为了在信文（产品）中创造这种文化价值，并让这种文化价值传达给最广大的消费者、使用者。所以，通过符号所实现的就是对产品文化价值的传达，这种传达就是设计符号的实用功能。根据设计的目的，设计符号就是一种以符号的实用功能为主的符号系统。

只要是符号，它除了实用功能（传达）之外，都可能还有美学功能（信文构成自我目的化）的问题。但是这种有悖于实用功能的美学功能

只能导致自由艺术，它属于艺术美。而产品设计有它的特殊性，它既非科学编码，也非艺术编码，而属于社会编码。在上一章中就已经说到了在社会编码中的既存在类似于科学编码的社会逻辑符号与类似于艺术编码的社会表现符号。但它们又不同于科学编码与艺术编码那样，并非相互对立、彻底分离。设计所需求的象征价值是一种源自形式与功能统一的主观价值，一种附加于产品的附加价值。这种统一的主观价值所反映的正是一种不同于艺术美的技术美，正是一种与产品中逻辑社会符号所不可分割的艺术社会符号的产物。

### （1）设计符号的实用功能

所谓设计符号的实用功能，主要的就是实现对产品信文中具体文化价值的传达。如第4章所说，符号的实用功能由互相紧密联系的三部分功能组成：

- ① 由设计符号构成的信文对产品的文化价值的意指功能；
- ② 由设计师通过产品信文表现该文化价值的表现功能；
- ③ 所设计产品的文化价值通过使用，由使用者感官所认知的、并受其驱动的驱动功能。

由于设计的目的所决定，设计符号就应以它的实用功能为其主要功能，这里所说的实用功能就是符号的传达功能。符号的实用功能与产品的实用价值是两个相互关联的，但又是不同层面的内容。产品的实用价值是指产品的具体文化价值，或者说是设计信文具体的意指内容的主要方面，而符号的实用功能则是指实现符号对产品具体文化价值的传达功能。一个好的设计，符号的实用功能与产品信文所意指的实用价值乃至象征价值一定是良好匹配的。

### （2）设计符号的美学功能

在上一节中，已经叙述了设计是众多大门类学科间的交叉学科，其中也包括科学与艺术。但是，设计的信文又有不同于单纯的科学信文与艺术信文之处，即

① 设计信文（产品）不同于科学信文之处在于，它还存在内涵性语义的部分，所以还有科学信文所根本没有的主观价值、也就是象征价值的一面。

② 设计信文不同于艺术信文之处在于以下两点：其一是设计信文还存在艺术信文所根本没有的由外延性语义构成的实用价值的一面，并且这种实用价值还是产品文化价值的主体；其二是设计信文与艺术信文虽然都存在主观价值，但是产品的主观价值又不同于艺术作品的主观价值，它不像艺术作品那样纯粹源自信文构成的自我目的化，仅从信文形式自身取得主观价值。产品的主观价值却源自它的形式与功能的统一体。所以，设计中所创造的美是一种不同于艺术美的技术美。

由此可见，尽管设计中也有美学功能，但是，它是不同于自由艺术

中的美学功能。自由艺术的美源自信文构成自我目的化，而这种自我目的化是有悖于实用功能的实现的。而在产品设计中的技术美不仅蕴含于形式，更主要地还蕴涵于功能之中。这既印证了美学原理中有关技术美功利性特性中所论述的“它更重视渗透在感性形式中的理性内容”，在技术美中这一理性内容就是有关产品的一次功能。它还印证了如上一章所述的社会经验，存在着双重性，与这两种经验相对应的社会符号也具有双重性。前者是逻辑社会符号，而后者是艺术社会符号，这两者在社会编码中是相互紧密地交叠在一起的。所以技术美是一种与艺术美分属两种不同类型的美的形态。鉴于上述两点的不同，往往使产品设计成为持自由艺术思维的艺术家的一个完全不同的美学领域。

### （3）功能的对立与调和

符号自身具有两种对立的功能：一种是实用功能，它以传达信文中的意指内容为目的，以信文的构成为手段，将抵制信文构成的自我目的化，抵制符号美学功能的发挥；另一种是美学功能，它以信文的构成为目的，是一种信文构成的自我目的化。将有悖于意指内容的传达，有悖于实用功能的实现。符号的两种功能是处于此消彼长的对立之中，臻至极端则非此即彼，只能分别导致不是科学编码就是艺术编码的排他状态。

设计是科学与艺术的融合，是两种不同符号的编码的共存。并且，设计是以产品文化价值的传达为目的，所以设计的编码中就必然地以外延性编码为主体，它就不允许存在对传达达到破坏程度的信文构成自我目的化。设计的象征功能正是源自产品的功能与形式统一体的主观价值。所以设计的象征价值，或者说设计的美学功能必须是在确保实用功能实现的前提下最大限度地实现信文的完善而非信文构成自我目的化。并且，还应创造将符号使用在与设计文化价值相符的语境中。可见，设计就是这种功能融合的产物。

总之，设计的思维既非纯科学的思维，也非纯艺术的思维。坚持以实用功能为核心是设计“真善美”善（合目的性）的根本，坚持以设计符号系统的编码规则进行编码是设计“真善美”真（合规律性）的关键，只有坚持两者的高度融合才有可能实现“真善美”的美的产品形式的感性显现。所以既不能以纯科学（包括工程的）的思维来代替设计的思维，也不能以自由艺术的思维来代替设计的思维。设计有着自己独立的思维模式，任何一种替代当然都将导致设计的消亡。不论科学、不论艺术若要能为设计所用，那就只能在设计的思维模式下，进行改造后，才能为设计所用。20世纪40年代所谓的工业美术，就反映了那个时代美术为设计所改造的一种方式。本书所说的产品实用价值不是指物本身的可用性，而是指成为人类自身功能不足的延伸，这就是二战之后工程为设计所改造的重要方面。任何一种不经改造的引入，对设计而言都是一种破坏的隐患。



5.2.3 设计符号的实体及其存在性

所谓符号的实体，是指符号构成的物质性一面。设计符号的实体往往由多种要素构成。构成设计系统的符号要素视设计领域而异，但除了听觉传播设计中的要素仅为音响之外，其他各设计领域几乎都相同，都是由形状、材质与色彩组成。这些要素在物理上的存在形式分别是一维的声音、二维的平面图形、三维的立体及其翻转而成的空间以及四维的时空形式。所谓的四维时空形式，也就是这些符号要素既有存在于一维的时间的，也有存在于三维的空间之中。也就是既有一维的音响，又有三维的空间形状、材质与色彩组成的所谓（1+3）的时空形式。四维的时空形式往往也可以被简化为（1+2）的时空形式，像影视中那样就是将其中的三维空间经透视变换后成为二维的平面形式。

表 5-1 中分别列出了不同设计领域符号实体的构成要素，及其物理的存在形式。由表中可知，产品设计领域不论是传统设计（工艺美术）还是现代设计（工业设计），它们的符号要素都是由形状、材质与色彩组成，其符号的物理存在形式都是三维空间性的。环境设计也与产品设计完全相同，它的符号要素也是由形状、材质与色彩组成，这些符号的物理存在形式也都是三维空间性的。而传播设计较为复杂，不仅有听觉传播与视觉传播之分，并且，还有众多的应用领域。其中听觉传播较为单一，它的符号要素只有音响，符号的物理存在形式也只有一维的时间性存在。其中视觉传播，虽然组成符号实体的要素几乎都相同，都是由形状、材质与色彩组成，但是不同的应用领域有不同的存在形式。如报刊杂志中的符号是一种二维的平面存在，而展示设计与包装设计都分别有二维的与三维的存在形式。至于影视传播，不仅有形状、材质与色彩等空间型的符号要素，并且还有音响这一时间性的符号要素。

表 5-1 设计符号的实体与存在形式

设计分类	设计细分	应 用	符号实体的组成要素	符号的物理存在形式
产品设计	传统设计	工艺美术	形状、色彩、材质	三维存在
	现代设计	工业设计	形状、色彩、材质	三维存在
传播设计	听觉传播	广播	音响	一维存在
	视觉传播	报刊杂志	形状、材质、色彩	二维
		展示设计	形状、材质、色彩	三维或二维
		包装设计	形状、材质、色彩	三维或二维
	视听设计	影视传播	形状、材质、色彩、音响	(1+2)四维简化形式
环境设计			形状、材质、色彩	三维存在

总之，设计的符号实体，除了听觉传播是一维时间的音响之外，其他设计都是二维或三维空间的形状、色彩与材质。所以，从符号实体与符号要素来看除了听觉传播之外，几乎所有设计都与造型艺术相同。但是不能忘记在符号学中，并没有赋予符号实体以太多的符号学意义。

5.2.4 设计符号形式及其认知性

在一般人看来，像产品设计符号的实体（符号要素）即与造型艺术符号完全相同，所以设计符号当然就是视觉符号，设计符号构成的“语言”就是视觉语言。诚然，除听觉传播外，设计符号的实体确实是可视的，但是前面早就论述了可视的符号未必就是视觉符号。究竟一种符号是不是视觉符号则要看与符号内容（所指）相结合的符号形式（能指）是不是通过视觉来认知的。或者换言之，究竟属于什么感觉的符号，则要看符号的内容是由于该符号形式通过对什么感官所产生的驱动而实现的。就像曾举过的例子，盲文是可视的，但它与所指相结合的能指是通过触觉来认知的，所以它是触觉符号。或者说，盲文符号所传达的信息内容是由于盲文的符号形式通过对触觉的驱动而实现的，所以它是触觉符号。

设计有不同的门类，并且设计的符号就具有双重性，它既有外延性的一面，又有内涵性的一面。同一门类设计的符号中外延性一面的文化价值是实用价值，内涵性一面的文化价值是象征价值。所以属于什么感官的符号不能一概而论。表 5-2 列出了不同设计门类及其不同符号功能的符号的感知性。谁也不会怀疑听觉传播设计的符号是听觉符号，视觉传播设计的符号是视觉符号，这里不再赘述。由表 5-2 可知，除了传播设计之外的所有设计中只有内涵功能的载体才主要的是视觉符号。因为内涵功能所传达的是一种象征价值，而象征价值则是人类对符号信文（产品）功能与形式结合体的一种主观价值。而其有种种变化的风格与内涵等确实是通过视觉来认知的。所以才主要的是视觉符号。作为文化价值主体的实用价值对人类的驱动则主要不是作用于视觉，如桌椅的实用价值决不能通过视觉来感知，而只能通过人类的本体来感知的。众多的产品的实用价值都是如此，往往是作用于以本体觉为主的综合觉而实现的，所以都是本体觉为主的综合觉符号。

表 5-2 设计符号接受值感官的分类

设计分类	设计细分	功能分类	受信感官	符号性质
产品设计		外延功能	本体觉为主的综合觉	本体觉·综合觉符号
		内涵功能	视觉介入	视觉介入的综合觉符号
传播设计	听觉传播	全功能	听觉	听觉符号
	视觉传播	全功能	视觉	视觉符号
环境设计		外延功能	本体觉为主的综合觉	本体觉·综合觉符号
		内涵功能	视觉介入	视觉介入的综合觉符号

那么什么是本体觉呢？人们感知自己的躯干与肢体所处的状态与位置的一种感觉系统。它并不是由某单一感觉器官所形成，而是由若干器官协同形成，主要的是由运动器官与掌管平衡的耳前庭器官等协同构成。如果人们闭起眼睛就无法感知他人所持的姿势，但是谁都能闭起眼

睛感知自己所持的姿势，这正是有赖于本体感觉所感知的。人们还可以闭起自己的眼睛举起伸出食指的左手，这时人们不仅能清楚的感知自己左手的姿势与位置，并且还不可思议地能够用自己的右手食指在空中划过一段长弧后准确地与左手食指相触。此时，不仅需要准确地认知位置，并且还必须准确地对运动过程实施控制。那么究竟依据什么感觉来取得信息的呢？这就是本体感觉。如果人们设计了一把椅子，它并不是因为看上去像一把椅子而确定了它的文化价值，而只有以自己的身体坐上去，在使用中经本体感觉的认知后确实地取得了能提供自身合理姿势的依托，并能轻松地取得姿态的稳定时，才能确定它的文化价值。所谓的使用感情，其实就是基于本体感觉认知后的一种精神反映。所以一把椅子与一把加工得非常逼真的缩小模型，或者与一幅绘制的非常逼真的椅子的图像，它们或许能对视觉诉说着相近的话，但是它们是根本无法对本体感觉也诉说着类似的话的，也就是其文化价值是完全不同的。因为后两者都完全没有实用价值而只有象征价值。即使是象征价值也与真实椅子的象征价值并不完全相同。更何况产品的文化价值还是以其实用价值为主体的呢。

综上所述，面对所设计的对象，光用视觉并不能对产品的文化价值一“览”无遗，充其量也不过只是了解了它的象征价值的一部分而已。人类只有通过全身、心对该设计对象的使用后，才能最终真正一“揽”无遗地感受产品的文化价值。所以设计也就是要通过该特定的信文通过特定的感觉系统对人们诉说该产品的文化价值。

在符号的认知特性上，设计与自由艺术有很大的差异。因为符号的能指与所指的结合并不是依据物理空间中的符号实体，而是依据心理空间中的符号形式。而不同的感知特性所认知的符号形式是不同的。虽说设计与自由艺术尽管有相同的符号实体，但它们的认知性不同而导致符号形式的不同，所以它的意指内容也就未必相同了。正因为如此，在基础符号学一篇中就已阐明符号学并不给符号实体以太多的符号学意义。

下面将举出图 5-8 所示的 S 形靠背椅为例，不论采用（1）或（4）对视觉而言它的意指内容几乎是完全同义的。为了看得更清楚起见，图中的（2）与（5）分别给出了它们的侧视示意图。该两者的视觉语义可以说完全相同：是柔韧的、流动的、富于弹性的、有韵律的与有生命力的……有机形态。但是，对于以本体感觉为主的综合觉而言他却意指了未必相同的内容。如椅子（1）将如（3）所示，对使用者的本体感却恶狠狠地说：“我要在下方（离座面 11cm 处）顶着你的尾椎骨，在上方（离座面 50cm 处）卡着你的肩胛骨，让你活受罪”。如椅子（4）则如（6）所示，对使用者的本体感觉则是充满温柔与关怀地说：“你累了吧，让我托着你的腰，抚着你的背，让你完全放松坐稳。”可见，同一符号实体，可以对不同的感官诉说着完全不同的话。所以为什么要研究符号的认知特性，它的意义就在于此。

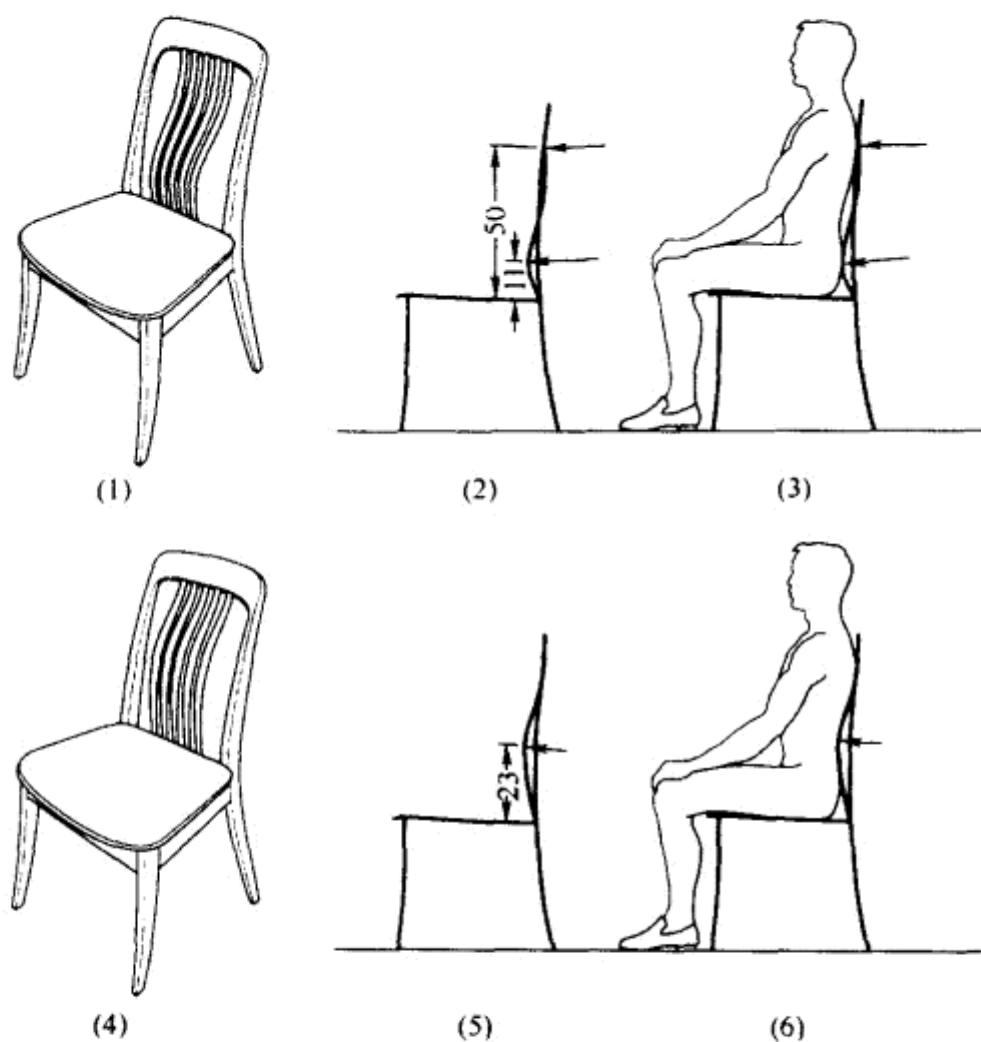


图 5-8 视觉语义与本体觉语义

### 5.2.5 设计符号的编码性质

已知，设计符号所编写的信文具有双重性，同一个信文中既有外延性的一面，又有内涵性的一面。其外延性一面，构成的是实用功能，也称为一次功能，所以这种外延性的符号就应该是逻辑社会符号、传达符号，符号形式与语义的结合应该遵循基于客观构想的符号规则。所以这种信文的外延性的一面很类似于科学编码，但至少又在以下方面不同于科学编码：科学编码是编码性质分化后的产物，所以它的编码性质是单一的，而设计符号则具有无法分割的双重性，即使是同一信文的符号往往具有外延性的一面，同时还有不可分割的内涵性的一面。

设计符号的同一信文中内涵性的一面构成的是象征功能，也称为二次功能。这时信文在物理空间的符号实体并没有改变，但是符号的编码性质却变了，成了表现符号、体验符号。它与语义的结合并没有明确的基于客观构想的符号规则可以遵循，而只基于个人的主观认知。因而设计符号内涵性质的一面也就多多少少有些类似于艺术符号。

但是，设计符号内涵型的一面又不同于艺术符号，即

① 艺术符号只有单一的内涵性的一面，而设计符号具有不可分割的双重性，既有内涵性的一面又有外延性一面。

② 艺术符号是一个尚未形成系统的，是一个刚处于由符号过程的意指作用形成中的新符号，符号过程的概念优先于符号的概念，而设计符号是一个成熟了的符号系统对新符号的提案，符号的概念优先于符



号过程的概念，它有遵循即有编码规则的一面：

③ 艺术符号的主观价值是单纯基于对形式的心理认知，正处于创建符号的符号过程中。而设计符号内涵型一面的主观价值是基于对形式与功能不可分割统一体的心理认知。是一个成熟了的符号封闭系统的重新走向开放。

### 5.2.6 设计符号的动机性

设计符号同一个信文中外延型的一面构成的是实用价值，即一次功能，所以，符号形式与语义的结合是明确地遵循基于客观构想的符号规则。一般主要是约定的，但也有几分动机性。

设计符号同一信文中内涵型的一面构成的是象征功能，即二次功能。它与语义的结合并没有基于客观构想的符号规则可以遵循。所以，设计符号内涵的一面，符号形式与符号内容的结合往往是基于动机，而并非基于恣意的约定。从动机性的视点来审视设计符号的话，它们不是属于类像符号，就是属于标志符号。也就是说它们的能指与所指间的结合多多少少是有必然的自然关系。

### 5.2.7 设计符号的分节性

设计信文不像艺术信文，一般说来艺术信文的符号往往是不分节的，尤其是那种所谓的纯艺术（或前卫艺术）的信文。往往连作品整体是属于符号水平，还是属于语构水平，也都完全无法确认。因为不论视其为符号或视其为语构单元，一般都无法斩钉截铁般地，明确地了解它的意指内容。设计信文也不像科学信文，科学信文都是可明确分节的。并且多数意指内容也是可分节的，从而构成同系的结构。

那么，设计符号是否是分节的呢？一般说来，设计符号具有外延性的一面，是可以分节的。如图 5-9 所示，一张椅子就是如此。至少它可分为椅腿、椅面、靠背与扶手等若干具有独立的、有明确语义的单元，每一个单元含义就是它的作用。如靠背的作用就是为了维持坐姿时的躯干形态，使之基本保持与人体自然姿态的匹配，这一作用就是靠背的含义。又如扶手的作用，就是为了在双手有依托时，仍能保持双肩处于所

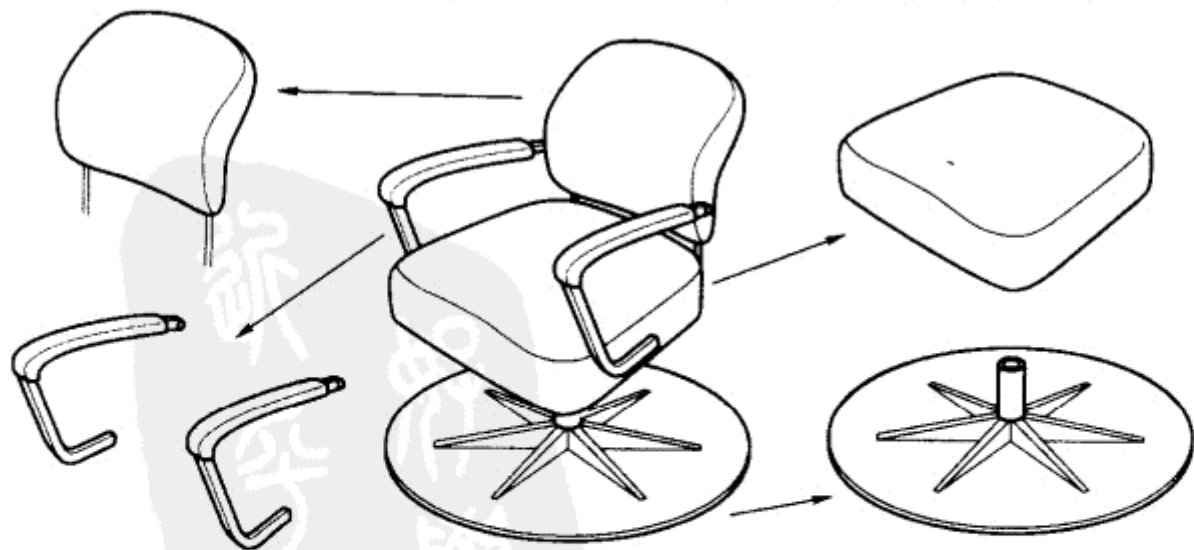


图 5-9 扶手椅的分节

希望的特定姿势，那么扶手的作用也就是扶手的含义。其余，恕不一一介绍。由此可见，设计符号的外延语义是完全明确的。但是，它也还存在着很多不明确的因素。这就是一个设计信文（作品）到底是一个文本呢，还是一个语构单元？往往并不能像语言符号那样清晰可辨。同样在扶手椅的例中就是如此，这椅腿、椅面、靠背与扶手是属于符号水平，还是属于语构水平的呢？并不能像语言符号那样完全明确，这是非语言符号的共同特点，一般在分析中都适当地给以假定。

### 5.3 设计的传达

#### 5.3.1 设计的传达要素

按符号学的观点，设计也可视为一种传达。通过传达，它将信文中的文化价值传达给最广大的使用者。所以它与其他一切符号的传达一样也有如下的传达的要素。

##### （1）发信人

设计传达中的发信人就是以设计师为代表的群体，这一群体中有设计师与其同事们。并且，在其背后还有以委托人为代表的产品提供方，即设计生产方。

##### （2）收信人

设计传达中的收信人就是最广大的使用者群体。面对产品的使用，设计师也好、在其背后的委托人也好，都只能视为使用者群体的一员。

##### （3）信道

面对设计传达的收信人是最广大的使用者、消费者群体，所以在信道中不仅要信文进行加工，并且必须进行大批量的复制并最终实现信文的传递。所以设计的信道是一个产品的大批量生产、销售的渠道。所以设计的信道是一个人工的信道。并且，由于设计是一个涉及面极宽的领域，因此，因设计领域的不同，还因设计的具体对象的不同而有完全不同的信道媒体技术。所以设计这一信道还是一个因产品对象的不同而不同的专业性极强的领域。

##### （4）符号

为了实现设计的传达必须由设计符号来编制设计的信文。但是，不同的设计领域，不同的具体设计对象具有不同的文化价值，并将由不同实体（要素）的符号构成不同的符号形式（能指）与其所指相对应。如上一节所说的那样，听觉传播设计的符号实体是声音或音响，构成诸如音乐音、语言音或其他音响的听觉符号。而其他设计，如产品设计的符号则是由形状、材质与色彩等三种符号要素构成的符号。他们虽然都是可视的，但他们未必都是视觉符号。

##### （5）编码规则

为了编制具有明确意指内容的设计信文，编码过程就必须遵循必要的编码规则。设计符号的编码规则也包括两类：一类为语义学规则，另

一类为语构学规则。一般，设计符号语义学规则在表现实用功能时基本上是明确的，具有一义性，每一符号都意指着对应的功能。但同一符号实体在表现象征功能时的符号则显现出多义性。至于设计符号的语构学规则，是一种外界依存型的语构规则，它将完全依存于它所意指的设计对象在人、物系统中的运行关系。并且，它们的语构学规则分别有时间型语构与空间型语构。听觉传播设计中的语构是时间型语构，除此之外的种种设计集合都是空间型语构。这些都将在以后各节中将作进一步的说明。

(6) 信文

设计的信文就是将要构成的产品。它在形式上必须是一个用设计符号遵循其编码规则构成的完整构成体，在内容上它首先必须能意指一个完整的，以功能为核心的文化价值。

5.3.2 设计的传达过程

鉴于设计符号的功能，设计符号的传达过程应如图 5-10 所示。这一过程可以分为左右两大部分组成：左侧虚线框内是由设计师作为发信人的编码过程与虚线框外是进行信文的复制与传递的信道；右侧是由使用者群体作为收信人的解码过程。这是一个收、发信人双方紧密结合的系统。

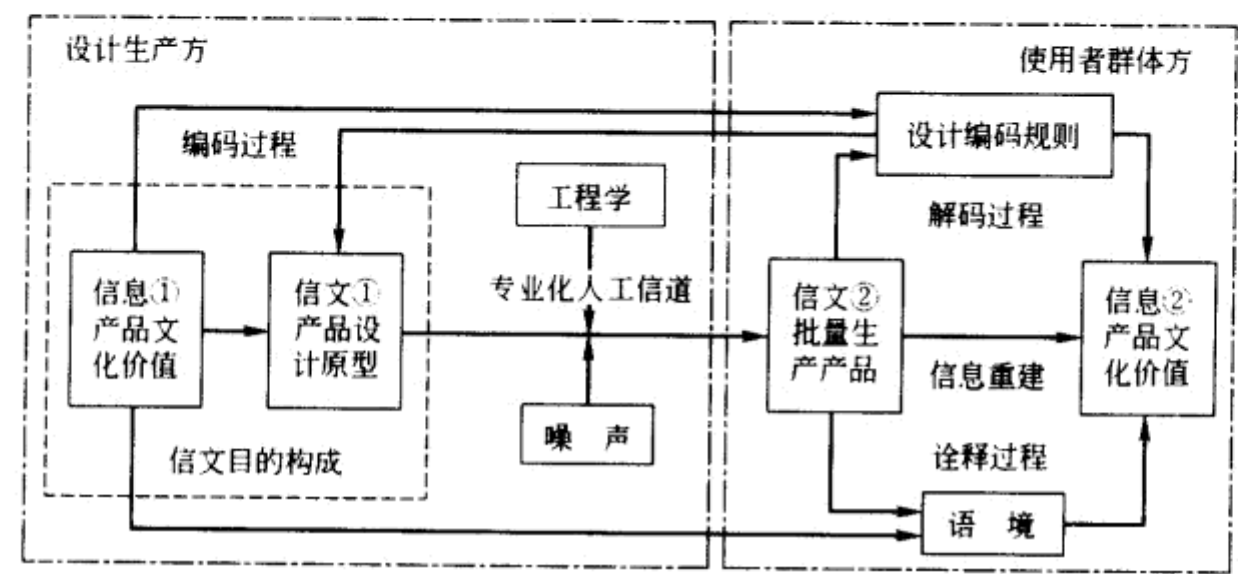


图 5-10 设计的传达过程

(1) 编码过程与目的构成

众所周知，设计是为了将产品中所承载的文化价值确切地传达给最广大的使用者、消费者群体的传达过程。所以，设计师的编码过程不能像自由艺术那样为了自我满足、自我表现的信文构成自我目的化，而是使使用者能最终实现信息（文化价值）确切重建的一种目的构成。也就是说设计师在编制信文时，在信文的形式之外存在着重要的目的。它更重视渗透在信文的感性形式之中的文化价值这一理性内容。所以，设计是一个较之艺术编码与科学编码要复杂得多的系统，首先在于设计信文中就有艺术信文中根本不存在的，但类似于科学信文中的实用价值；此外还具有科学信文中根本不存在的，类似于艺术信文但又不完全相同于

艺术信文中的象征价值；并且也不是科学与艺术的单纯相加，因为他们的两种功能是相互排斥的。而设计的实用价值与象征价值是在同一信文中共存的，并且相互融合不可分割的。

设计中的实用价值不仅较之象征价值远为复杂，并且，它还是产品文化价值中的主体方面。因为后者是一种主观价值，它就不受任何客观世界规律的验证，仅取决于设计师在特定文化的熏陶下培育出的感性。而前者则是受基于客观构想的设计系统编码规则的制约。这种客观构想，不仅有物理性的，还有生理性的、心理性的等等。这些编码规则不仅是有专业化知识的设计师必须了如指掌的，还必须使毫无专业化知识的使用者群体也能自发地，下意识地认知的。只有这样的编码规则，才能为收、发信人双方所共知共识，发信人构成的信文才有可能为收信人正确解码、如实地重建文化价值，才能使设计的目的得以实现。

但在设计的传达中，收信人不像语言的使用者那样，大家必然是使用该语言的行家里手。一般设计中根本不可能要求使用者群体也像设计师那样掌握设计专业化的编码规则。所以，只能倒过来要求设计师去发掘那些能为最广大的使用者群体所自发认知或生成的规则，设计的传达才能如所预期的实现。所以，发掘并掌握使用者群体能自发生成的编码规则，特别是基于生理性与心理性的编码规则，是设计师必须具备的专业知识。它既不同于工程师应掌握的，也不同于自由艺术家应掌握的专业化知识。因此，设计师的设计活动就是在用一种使用者群体的“语言”说着设计师自己该说的“话语”。之所以在图中将编码规则画在收信人一方也正是出于这一考虑。

由于设计符号的特性所决定，符号中还存在着逸出于客观编码规则的内涵性一面。往往表现为有动机的符号，故不像语言符号或纯工程符号那样都是约定的。设计符号中的内涵性一面往往还会给设计带来多义性的可能。所以，设计师还必须创造一个与文化价值相符的信文语境。使因符号性质中的多义性所造成的不确定因素，在这一正常语境中予以消除。使设计师处心积虑地创造的象征价值，不致落得个孤芳自赏，而能为消费者、使用者所广泛认可。从这一点上说设计师既不同于工程师，也不同于自由艺术家。因为前者一般是不允许有逸出规则的编码过程出现，而后者不仅会时不时地破坏或逸出原有的编码规则进行编码，甚至还将它们使用在异常的语境之中。

总之，在这一过程中设计所表现出的既不同于工程也不同于自由艺术的特点是：

- ① 信文编码过程的性质属于目的构成，信文明确地意指着它的文化价值；
- ② 设计师必须掌握收信人群体的“语言”来说自己该说的“言语”；
- ③ 外延性语义必须遵循严格的客观构想所决定的编码规则，一般它们是量化的；



④ 必须创造一个与欲传达的文化价值相符的信文语境，以尽量消除内涵符号的多义性。

### (2) 解码过程与发信人主体性

设计符号功能的核心是设计信文对收信人特定感官的诉述与驱动，所以信文必须为收信人确切地解码。但设计的解码过程中，完全没有可能像语言活动中那样，每一位收信人都是经过使用该语言的长期学习与训练的。设计的解码过程往往是使用者的一种自发的、下意识的过程，因此设计解码所遵循的编码规则必然是自发地、下意识地为用户所认知的。并且设计师进行编码时所遵循也正是这种为用户自发地、下意识地所掌握的编码规则。

在艺术的“传达”中讲过，艺术的传达是为了收信人的参与，参与到猜测发信人可能使用的编码规则，构筑可能进行解码的规则系统。并用自己构筑的规则系统去再创造出或许是艺术家要“传达”的“信息”。所以，这种再创造的结果因人而异，千人千面。而设计的传达则是为了让每一位的使用者都能将设计师注入产品信文中的文化价值，在使用中如实地重建并受之驱动。设计师的一切专业知识与技能也是围绕着这一核心问题而展开的。一个良好设计的重要标志之一也就在于实现解码过程中的发信人主体性。这就意味着收信人是没有随意“解释”产品文化价值的可能的。也就是设计师必须让用户完全地重建你所赋予产品的文化价值，让他们从产品中接受的诉述正是发信人通过产品所要传达的文化价值。

但是，鉴于产品文化价值的双重性，它不仅有可通过严密编码规则进行解码的实用价值的一面，它还有编码规则很不严密的，基于人类主观认知的象征价值的一面。所以收信人在自发解码的同时，还必然会遇到必须借助于正常语境，从诠释的角度对信息进行补充的一面。

### (3) 人工信道与设计专业化

设计编码过程中所构成的信文，并不是到达消费者、使用者群体手中的信文。到达消费者、使用者手中的信文，则是经过在信道中的加工复制而成的信文。但由于收信人不是个体，而是群体，所以信文在传送到收信人手中之前，还必须在信道中实现批量复制。产品制作中实施复制与传送不是在天然信道中能自然地实现的，而是以一定的工艺技术实现的。如果是产品设计，就必须通过制造业的产、销渠道来实现；如果是印刷媒体设计，就必须通过印刷业与发行业来实现。所以产品也将在批量复制中打上生产实践的烙印。不论是制造业还是印刷业，它们的信道都必须是一种工程性的，专业化极强的人工信道。这不仅是现代设计中普遍存在的特性，也是传统设计中一定程度地存在的特性。

众所周知，为了信息的如实重建，必须遵循两个条件：其一，就是信文的高度保真；其二，就是前面已经述及的收发信人双方必须遵循共知共识的、严密的编码规则。所以为了信息的忠实重建，首先就要求信

文的高度保真。但是，任何信道中都可能存在各种噪声而使信文产生失真，即使是人工信道也不例外。所以就必须了解乃至掌握信道噪声的抑制技术。而噪声的抑制技术是一门有关工程领域的专业化技术。

由此可见，设计的信道的媒体完全不同于自由艺术的天然媒体，却相同于各工程领域的人工信道媒体。对人工媒体信道技术的了解与对噪声抑制技术的掌握是设计师的专业知识。并且信道技术还是区分设计的专业化领域的重要分水岭。

5.3.3 设计符号的编码规则

从符号学的视点来看，设计是为了对消费者，确切地说是对使用者群体传达产品特定广义信息的符号系统。什么是产品的广义信息呢？这就是产品的文化价值。产品就是要将设计中所赋予它的文化价值传达给最广大的使用者。那么产品的文化价值是什么？如前所述，因为产品是物质文化的创造，所以产品的文化价值首先就是它的实用价值，也就是产品的功能。但是只要有功能与形式的存在，人们就会赋予它以主观价值，这就是象征价值。所以在一个设计的信文中虽只存在一个实体，但同时存在如图 5-11 所示两类完全不同的功能，共存着两类完全不同编码性质的符号，对照图 4-5 可知：一类是外延性质的符号，其外延语义就是产品信文的实用功能，是受基于严密的、客观构想的符号规则而成立；一类是内涵性质的符号，其内涵语义，即产品信文的象征价值，是基于人们对产品外延功能（也就是产品的实用价值）与产品形式统一体的主观价值。所以它不受客观构想的编码规则的制约，而只基于人们主观的认知而成立。由此可见，实用价值就是产品信文的外延（明示义），而象征价值则是产品信文的内涵（暗示义）。

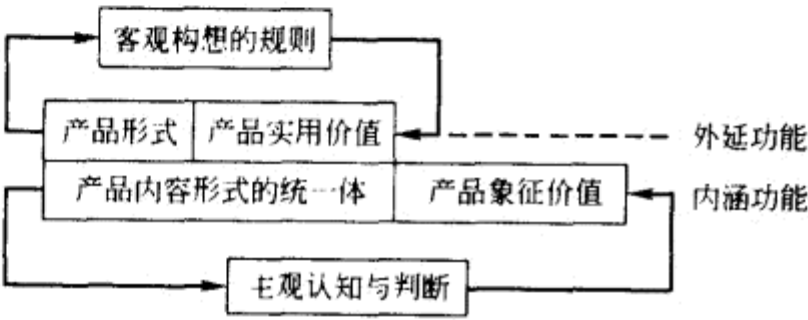


图 5-11 产品的实用价值与象征价值

(1) 外延性符号的编码规则与语境

① 外延性符号的语义学规则。在设计信文中，只有外延性语义才取决于客观构想的语义学规则，该规则不仅为设计师提供了对外延功能信文构成的依据，同时也为最广大消费者、使用者群体提供了对外延功能，即产品主体文化价值重建的依据。

设计符号中外延符号才基本上是约定的，它较之语言符号的约定性要弱些，而动机性要强些。这些基于类比的动机性符号或者带有类像性，或者带有标志性，符号能指与所指的结合都在一定程度上有待于符号使用者的心理认知。这种心理认知既有源自生理性的，也有直接源自

心理性的两大类。

设计符号中构成的外延功能不仅包含有物对人的驱动，还包括物对物的驱动。这种物对物的驱动规律隶属于工程技术体系，而在工业设计体系中，这种物对物的驱动最终仍将转化并表现为对人的驱动。一般而言，在工业设计系统的外延功能中这种物对物的驱动，也就是工程技术最终是隐含在物对人的驱动之中的。

这种外延功能对人的驱动未必是作用于视觉的，并不是单纯对人类视觉功能的延伸，更主要的是对以本体感觉为主的综合觉的延伸或驱动。对这样一些符号语义的心理认知取决于人类本体感觉为主的综合觉的认知，因而其语义（即功能或作用）也就取决于人类定量化的身体的尺度与生理数据。以洗衣机为例，它的外延性符号中是否含有“能为人们最轻松地完成洗涤功能”这一语义呢？这就取决于本体感觉对产品的心理认知。一台洗衣机即使形状、材质都完全相同，一旦改变了尺寸（有时还包括重量等），虽然作为物的可用性并未改变，但它对人的作用（语义）就会引起改变。而这一认知，就取决于洗衣机的尺寸与使用者人体尺度间的定量化匹配关系。经研究表明人类立姿时最佳的操作高度与距离如图 5-12 所示。如洗衣机的高度能与该最佳高度良好匹配的话，就能取得“能为人们最轻松地完成洗涤功能”这一语义的心理认知。

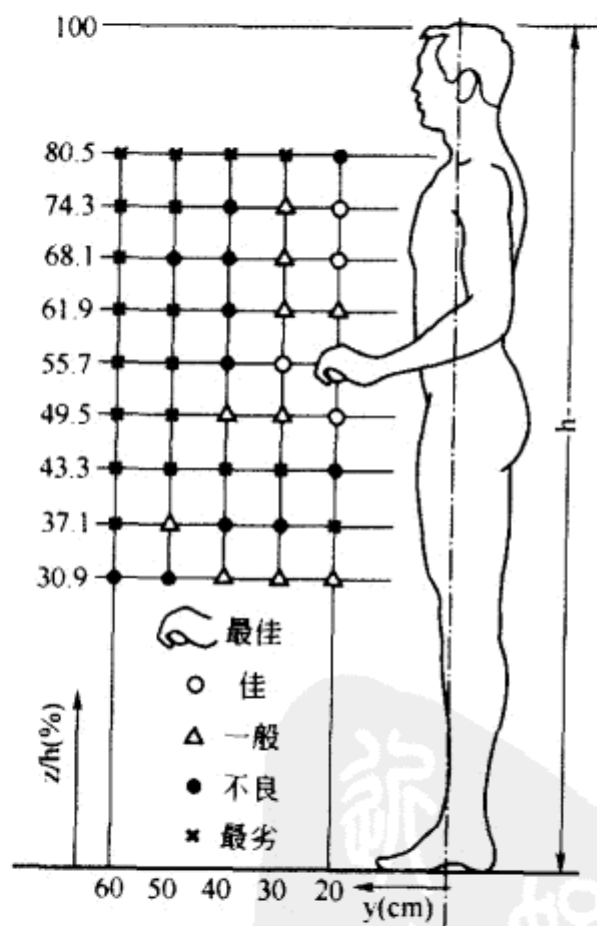


图 5-12 立姿时最佳作业位置

但是，人体的高度是具有个体分散性的，而工业产品又是面向使用者群体的，所以只有对人数足够多的被试者用数理统计的手段所求得的分

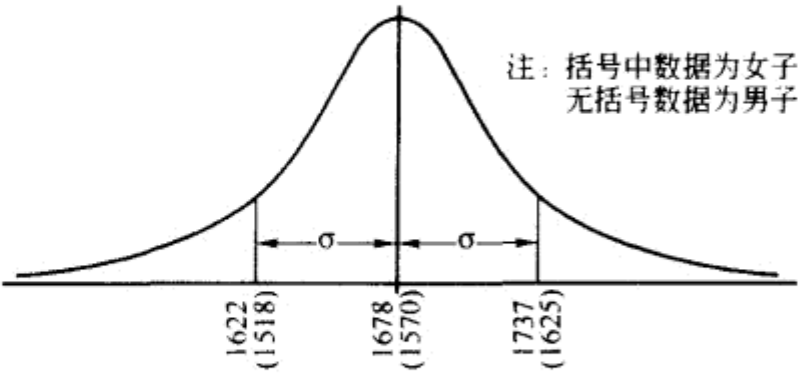


图 5-13 中国人体身高的分布曲线

示的就是中国人体身高的分布曲线。由图可见，每一个人的身高尺度在所对应的稳定分布中的位置都各不相同，所以一个人的身高数据是不能代替他人的身高数据的，即使是设计师也不例外地只能作为被测人群中的一员而已。

由于身高是一种特定的分布，所以这一最佳的匹配点的高度也是一种特定的分布。既然是分布，所以还有一个如何使用数据的问题。为了使产品能让最多数的使用者取得“最轻松地完成洗涤功能”的语义，在这里就应取与平均身高值相匹配的高度。经统计几乎所有洗衣机的高度绝大部分就分布在与男子、女子立姿时最佳作业高度的 87.4cm 至 93.6cm 之间。其他生理数据也是如此，都分别是一个特定的分布。也只有对人数足够多的被试者用数理统计的手段所求得的分布才是稳定、可靠与有效的数据。不论是基于人体尺度或基于其他生理数据，以及心理认知等都是定量化的。所以设计语义学规则的制约也是定量化的。这一点不仅与工程技术、也与自由艺术有极大的差异。因为前者的语义学规则仅取决于客观物理世界的制约，而后者不仅不存在外延功能，并且惟一的内涵功能也不会出现定量化的制约。

决定设计符号语义的除了有形状符号之外，设计符号中还存在材质的与色彩的符号。虽然形状是构成产品文化价值的主要符号载体，但它自身又是色彩符号的载体，同时它自身的物理载体又是材料，这三者组合于一个系统之中。但是它们之间还存在相对的独立性：材质符号又是构成产品象征价值的直接载体，也就是说，它不仅维持了产品的形状，也间接地维持了产品的功能，所以一定程度上它既与实用功能相关，又创造了产品部分的内涵功能；色彩符号既承担了产品文化价值中部分实用价值的创造，同时还承担了极为重要的部分象征价值的创造。这由形状、色彩与材质构成的符号又有共同之处，这就在于它们都既有外延功能的一面，又有内涵功能的一面。

而人类的心理认知特性同样是具有个体分散性的，具有明显的个人差别。甚至即使是同一个人也会因所处的心理状态的不同这种认知结果也会出现分散性。正由于心理认知的分散性，所以任何一个个人的认知都不能代替他人的认知，即使是设计师也不例外。反映群体心理认知的唯有在实验心理学的基础上对足够多数被试者用数理统计的手段所求得



的结果才是稳定、可靠、有效，并且是定量化的数据。

综上所述，有关外延功能的语义学规则，可以总结如下。

- 外延功能的语义学规则，取决于消费者、使用者群体的心理认知与包括人体尺寸在内的生理数据。

- 所以外延功能的语义学规则，都是消费者、使用者无需再学习就能下意识地、自发地掌握的内容。

- 外延性符号的语义规则中基本上都是定量化的。符号在量上的变化，往往就会带来语义在量乃至质上的变化。并且，只有利用心理物理学的数理统计方法所得的结果才有稳定、可靠与有效的数据。

- 设计师为了掌握传达的主体性，他就必须采用使用者群体能下意识地、自发地掌握的符号规则。相反，自觉掌握这种规则则成了设计师所特有的、必备的专业知识。这种专业知识正是以工程的定量化手段研究人类自己解剖的、生理的与心理的正常状态与功能的人类工程学。

- 所以说，设计师的设计是利用使用者的语言，说自己要说的话。

- 设计师为了更好地发挥传达的主体性作用，还必须了解并尽可能地掌握隐含在工业设计系统中的工程技术体系。

② 外延性符号的语构学规则。设计符号是由形状、色彩与材质三类实体组成。但这三类符号实体自身并不存在任何空间排列的制约。这只要看同样由这三类实体构成的造型艺术符号，尤其是抽象艺术符号中不存在任何语构规则就可知其一般。

但是，由这三类实体构成设计符号的话，那就完全不同于自由艺术。因为它不仅是为了构成完整的构成体，更主要地还是为了构成复杂而完整的语义结构，即产品的文化价值。所以它的语义结构就将受到外部世界对象的制约，从而使设计符号也有了语构学规则的制约，并且是一种空间性语构的制约。例如一把椅子，它存在由形状符号构成的四部分：椅脚、椅面、椅靠与扶手。每一部分都有自己特定的语义，即作用或功能。而椅子整体的语义结构，即实用价值是维持人类稳定、合理的坐姿。人类的这个坐姿就制约了椅子符号的空间性语构排列。致使这四个部分的空间组合不允许随意交换，必须有确定的空间关系，这就是制约符号组合的语构学规则。又如一架电视机如图 5-14 所示，它也存在由形状符号为主构成的五部分：1. 传送图像信息的画面与画框（或窗口）；2. 收纳繁杂器件组合、保护人体不触及高压的完整机壳；3. 保持画面良好视角与稳定性的基座；4. 保证箱体内的器件良好通风散热的窗口；5. 传送音响信息的立体声扬声器系统等。按电视机文化价值对人类的驱动，可以看到这五个部分必然分别存在特定的空间排列要求：正面必须是传送图像信息的画面与画框（或窗口）；底面应是固定机体的机座；其余各面是形态整齐的机壳；左右或上面可以安置通风散热的窗口；扬声器可在前方或左右的两侧向前方向。这一空间排列不允许随意地相互交换位置，也正是这一要求制约了符号排列的空间语构。

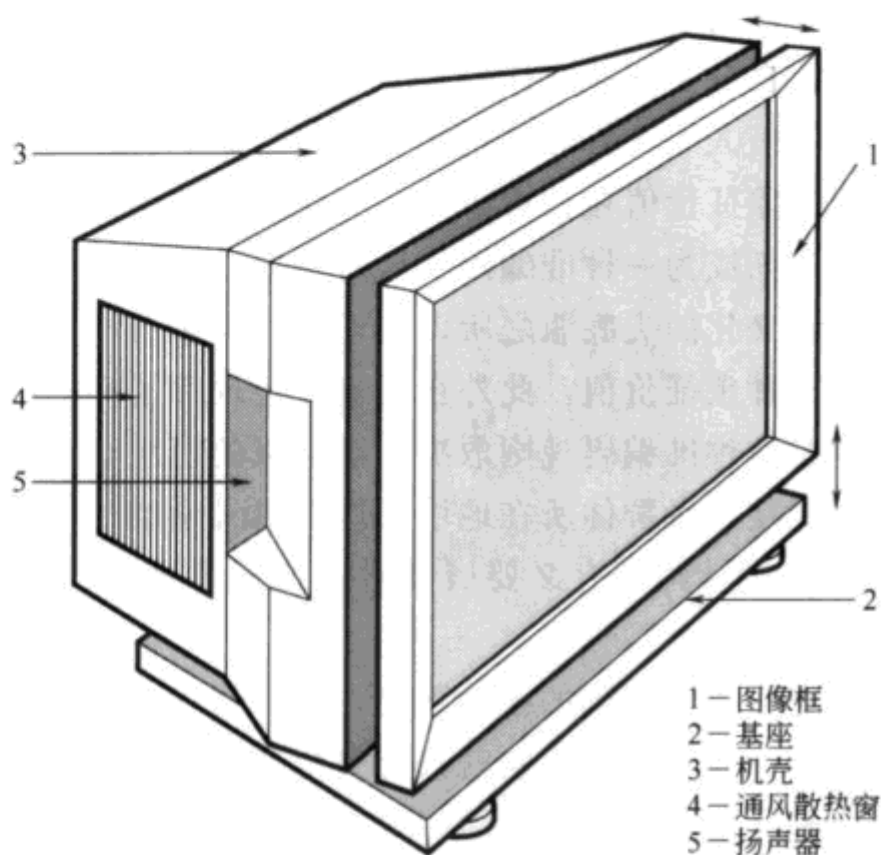


图 5-14 电视机符号的空间语构

从这些例子中可以看出，正如在 3.3 中所述那样，设计符号虽然存在语构规则，但本身并不是自立的。它完全依赖于所依存的外部世界的规则，所以这样的语构学规则称为外界依存型语构学规则。这儿所说的外部世界，就是该符号所意指的领域，也就是与该符号系统所平行的，与其文化价值的驱动所对应的外部现实世界。所以构成椅子的设计符号，它的语构性规则首先就取决于它的文化价值所在的人类稳定、合理的坐姿之中，这就是所谓的功能性制约。构成电视机的设计符号，也同样取决于它作为视听传播机器所要求的，实现其文化价值传达的现实世界中的物对人的关系。

前面已经说过，作为设计符号有三个子符号系统，这就是形状符号、材质符号与色彩符号。它们具有相对的独立性，在受语构学规则的制约上它们的程度也各不相同。形状符号受语构学规则的制约最强，材质符号次之，色彩符号则最弱。

制约设计语构的外部世界还包括设计符号实体所存在的物理世界，有力学上的制约、结构上的制约、材料上的制约乃至还有心理上的制约等。虽然他们的表现是隐含的，但它们都一定程度地左右了设计符号的语构学规则。正如上所说，设计的符号构成具有种种制约，也就是它不仅没有在构成上的自由性，并且设计的原型需经制造工艺的加工之后才真正表现为产品，所以也没有在加工上的直观性，所以它是完全不同于自由艺术的一种非自由艺术，一种造物艺术。

#### (2) 内涵性符号的编码规则

至于设计中的内涵功能，是对设计信文内容（即实用价值）与信文形式双面体的主观价值。是一种不应改变外延功能的附加价值，它是仅

仅具有相对独立性的象征价值。所以它与语言符号的暗示义一样，它既不能改变明示义与其形式的结合，自身又不存在任何基于客观构想的语义学规则，它的语义取决于收、发信人个人心理的认知。

这种有风格与内涵种种变化的象征价值在长期历史、文化的积淀中往往会在相应程度上被编码化，逐渐成为一种准编码。从而也提升了自己的象征价值。如前面说过的仰韶文化的尖底瓶之所以在现代人看来有很高的文化价值，其实就是由于这种象征价值。此外在建筑中还现存了不少古建筑，它们也是如此。但是这种准编码规则取决于该地域的历史与文化，文化人类学能给人们提供使用者群体所在地域的这种语义学准编码的有力依据。作为一名出色的设计师就有必要展开对这种与风格、样式相关的准编码的研究。

但是设计符号是一种外界依存性语构规则的符号系统，它所依存的语构学规则是一种客观的规则。作为内涵功能，它就只能完全依附于实用价值构成的外界依存性语构学规则了。所以说内涵型符号的准编码规则也仅指它的语义学规则而已。

内涵功能的信文不论是编码过程还是使用者群体的“解码”过程，分别取决于收、发信人双方各自对内涵符号的主观价值的认知。所以一般情况下就有可能在收、发信人间，乃至不同的收信人之间出现较大的认知上的分歧，各自产生不同的语义，也就是不同的象征价值。但是设计的价值观不同于自由艺术。艺术品可以是曲高和寡，甚至像凡·高般的孤芳自赏，因为它只需寻找少数知音，一个购买者足矣。而设计师在设计中赋予产品的象征价值则要尽可能地得到使用者最广泛的认可，形成最广大的知音者群体。只有当它有了最广大的知音者群体，才能使象征价值在产品的销售与使用中起到它应有的作用。所以一位好的设计师就应该以消费者、使用者所认可的、喜闻乐见的形式来阐释特定功能下的产品的象征价值。所以设计师为了争取传达的发信人主体性，就有必要展开对基于群体的形状、色彩与材质的视觉心理语义，以及基于群体的材质的触觉心理语义的研究。以使用者群体的自发认知规律为自己创造象征价值的依据。莫使设计也落得个“曲高和寡”，乃至“孤芳自赏”的境地。

总之，象征价值是产品的附加价值，是对产品功能与形式双面体的主观价值，所以它的创造必须遵循以下两条原则：

① 它的内涵语义不能有悖于外延语义的传达，也不能“语无伦次”地将风马牛不相及的内容强加给符号外延；

② 所表现的内涵语义要尽可能地让最广大的使用者群体理解与认可。

但如何才能实现这两条原则，这取决于设计师对使用者群体的心理认知，特别是他们对历史文化认知的了解与研究。这是设计师不同于自由艺术家等其他专业人士的专业化的知识，而这类知识多数来自认知心

理学，其中不少则来自文化人类学的研究。

### (3) 设计信文中语境的作用

任何一个信文不论是设计师有意的还是无意的，总会使产品的文化价值与人类现实生活中的某些情景发生联系，这种联系就是所谓的信文语境。由于设计的宗旨是要将设计师耗费心血地在信文中所创造的文化价值能忠实地传递给最广大的消费者与使用者。但是，设计符号系统是一种约定性弱于语言系统的符号体系，尤其是它的内涵性层面。这种情况就制约了它的信息重建的忠实度。所以在信息重建的过程中信文语境就起到了极为重要的补充作用。因此也就给设计师提出了又一个与自由艺术家完全不同的要求，这就是不论在实用价值的创造中还是在象征价值的创造中都要千方百计地创造一个与产品文化价值相符的信文语境。这种信文语境就是包豪斯设计思想的发展，也就是所谓的“形式还应起到对功能的提示作用”。

#### 5.3.4 信道技术及噪声的抑制

##### (1) 设计信道的作用与性质

① 信文的加工、复制与传送。在现代设计中，设计师所构成的信文还不是消费者、使用者手中的信文。都需经过各种信道才能将设计中所完成的信文送达消费者、使用者手中。在设计的传达要素中也已经提到，现代设计这一传达过程的收信人是最广大的使用者、消费者群体，所以设计所构成的信文还必须在信道中进行它的大批量加工、复制，并最终才能送达每一位消费者、使用者手中。因而设计信道的作用不仅要

对信文进行传送，还要对信文进行加工与批量复制。所以，设计属于经济基础，是一个巨大的生产力。

在传统的设计中，由于它对产品的设计与加工一般是不分工的，并且信文都是单件制作的。因而送达使用者手中的信文就是设计师制作的原件，毋须复制。所以传统设计的信道的作用则只在于加工与传送。

不论是现代设计还是传统设计，信文构成本身并不是目的，而目的在于传达承载于信文中的文化价值。信文构成的最终目的在于消费者、使用者直接面对的产品，在使用中了解它的文化价值并受文化价值的驱动。所以设计的完成不在于设计信文原案的完成，也不仅在于信文复制的完成，而在于消费者、使用者确实地重建了信文的文化价值，并受之如期的驱动。所以信道中的加工（在现代设计中还包括复制）与传送是设计传达过程所不可或缺的、重要的组成部分。

② 人工信道的分工。设计既要在信道中完成信文的加工，乃至复制，那么这就不是在天然的信道中自然地实现的。这种信文的加工、乃至复制都必须进行人工的刻意操作，所以设计信道是一个不同于自由艺术的，相反雷同于工程设计或手工工艺的人工信道。设计的信文还要在信道中进行传送，信道的这一部分就是一个商业的流通渠道。所以不论是什么设计，它的信道都由从事生产与销售或发行的两部分企业来共同



完成。

设计中的信道，是一个必须进行人工操作的人工信道，就会产生不同的技术与工艺的不同信道。因此不仅会出现采用传统技术、传统工艺的手工工艺信道，还有采用现代技术、现代工艺的现代化工程工艺信道两大类。并且这两类信道还有众多的专业分工。同时还会因这种种专业信道技术的不同而影响信文的形式。设计的信文也将打上生产实践的烙印，这正如美学中所言，凡是技术美都带有实践性的特点。

### (2) 设计的分工与信道类型

早在图 5-4 中就已经指出，现代设计与传统设计是按工艺技术不同来划分的。所谓的工艺技术也就是指信道的媒体技术。

① 手工制作信道。在传统设计中，不论任何信道媒体都采用了手工工艺技术，以不分工（包括设计与制作间）、单件制作（不进行批量复制）的方式进行信文的加工。所以在消费者、使用者手中的信文，就是设计师（工匠）所制作的信文原件。这种信文制作的方式无异于自由艺术。

环境设计一般不完全相同于传统设计，但世界范围内在使用现代工艺技术的同时，仍都采用着大量的传统手工工艺技术，尤其像工业尚欠发达的中国采用传统手工工艺的比重更大。在环境设计中设计与施工虽有分工，但仍采用单件制作。

可见，凡带有传统工艺成分的媒体技术，在信道中不论是否采用按工种分工的生产方式，它们的信文都是不复制的。但是不同产品的加工是由不同行业的手工艺作坊来实现的。在这些不同的行业中都将有不同的生产技术与生产工艺，所以传统设计的信道也是被专业化了的。

② 现代技术的信道。在现代设计中，它们的信文都是基于现代化、大工业、大批量、互换式生产方式批量复制的。这是它们的共性，但是不同设计领域的媒体技术比之传统设计就有更大的差异。由于现代科学技术的不断进步，科学知识的不断膨胀，一般情况下绝不是同一位设计师都能同时掌握的。所以，不同媒体技术间的分工不仅是现代工程技术领域的特征，也是现代设计领域的特征。之所以国际上称现代设计是专业领域的设计，就是基于这一意义上的。

• 产品设计。它的信文加工、复制技术，主要的是基于互换式生产方式下的机械化工程工艺的媒体加工技术，它的信道是一种机械化的现代制造业媒体。所以它与机械工程有相同的工艺技术。它的信文传送是有赖于从事于全球性商品循环的大商业流通渠道。但是产品设计的对象，如 5.1 中所述有四大类，几乎涉及了现代制造业的各个领域。

• 视觉传播设计。它的信文加工、复制技术则关系到现代化传播媒体技术。与视觉相关的有影视媒体、无线媒体、有线媒体与印刷媒体等技术。随着现代全球性大众传播媒体的不断发展，它所波及的规模是任何历史时期，任何其他行业所无法比拟的。同时信文复制的量之大、完

成周期之短也是任何其他行业所无法比拟的。所以生产力是第一必须考虑的。

• 听觉传播设计。它的信文加工、复制技术，也关系到现代化传播媒体技术。与听觉相关的有影视媒体技术、无线媒体、有线媒体与电声媒体技术等。它的规模同样随全球性大众传播媒体的不断发展，所波及的规模也是任何历史时期，任何其他行业所无法比拟的。所以信文复制的量也是任何其他行业所无法比拟的。

设计的任何一个领域，它们的信道都同样是现代化的工程领域。它们所面对的技术都是与相对应的各工程学科完全相同，并且所对应的各工程学科所要进行的工作也隐含在现代设计的信道之中。为了信文中文化价值的如实传达，就要保证信文通过信道时不产生失真。所以就要求设计师尽可能地了解乃至掌握信道技术，特别是信道噪声抑制技术。

### (3) 信道噪声及其抑制

一般说来，到达使用者手中的信文②（产品）相对于设计师构成的信文①（设计方案或原型）会不同程度地存在差异，这就是信文的失真。可以把产生这种失真的原因都等效地视为在信道中存在着某一噪声源所致。其实，所谓等效噪声源是由于符号实体在加工、复制过程中的特定生产工艺特性的必然所致。对那些有关物与物关系的加工复制中所形成噪声的抑制，就是工程师的本职工作，而那些有关物对人关系的加工复制中所形成噪声的抑制，就应该也必须是设计师所关心的了。所以就要求设计师与工程师一起共同研究各不同领域的生产工艺特性，来减少失真。因此把失真的减少就视为对噪声的抑制。所以，为了信文中信息的如实传达，设计师就要与工程师一起共同研究信道噪声的抑制技术。

但是，不同的设计有不同的媒体，也就有不同的媒体技术，而信道噪声的抑制与信道媒体技术直接相关。所以，针对不同的设计就要研究不同的信道媒体技术。

与产品设计相关的媒体技术有机械工程学与材料工程学，对于有色彩的产品还有色彩工程学。视觉传播设计有种种不同的媒体，如印刷媒体、电波媒体与光化学媒体等等，所以与之相关的媒体技术也有种种不同。最主要的有通信工程学、图像工程学、印刷工程学与色彩工程学等。而与听觉传播设计相关的媒体技术比较单纯，主要有通信工程学与音响工程学。与环境设计相关的媒体技术有土木工程学与材料工程学等。研究各自的媒体技术，对噪声的抑制是现代设计的重要技术基础。

上面所说的设计几乎都是现代设计，其实，即使是传统设计也不例外，同样与各自的媒体技术不可分割。只不过传统设计的媒体技术是各自媒体的手工技术而已。若为陶瓷设计，就有陶瓷媒体的手工技术；若为玻璃设计就有玻璃媒体的手工技术。

综上所述，对媒体技术的掌握与否，是区别设计与自由艺术的重要分水岭之一；究竟是手工的媒体技术还是工程化的媒体技术，是区分传

统设计与现代设计的重要标志；在现代设计中不同的领域就有不同的媒体技术，所以采用怎样的媒体技术是区分设计专业领域的重要依据之一。设计是真、善、美的高度统一，掌握信道媒体技术是实现设计“真、善、美”之真（合规律性）的重要手段。

#### （4）设计师的信道技术知识

在传统设计中，不同产品的设计、加工是由不同行业的工匠来实现的，在这些不同行业中都将有不同的生产技术与生产工艺。所以传统设计的信道就被高度专业化了，就已出现了所谓 36 行，并有隔行如隔山的说法。产品象征价值的来源就以“工巧”为第一，而决不会出现诸如细木工（雕花）匠成了当然的陶艺师，或铜匠成了当然的裱画师之类不掌握信道技术而能顿悟成大师的人物。

在现代，不同产品的生产不仅在相应行业的工厂中完成，并且，还是由不同工种的工人分工完成的。所以现代设计的信道技术就进一步地被高度专业化了。在当年工艺技术还比较相对简单的手工艺时代，就未能出现不掌握技术而成大师的人物，更何况工艺技术远为复杂的现代工业时代了。在工业设计的流程中不仅生产技术是按工种分工的，并且设计与生产之间也被分工了。在现代设计中，把这种基于协作的分工看成彻底的分家所带来的危害在一百多年来的工业设计史中已经多次反复地出现过了。实践已经反复地告诫人们，一位真正的工业设计师必须了解乃至掌握所从事领域的信道媒体的工艺技术。今天，从设计符号学的理论上同样告诉人们，不掌握信道工艺技术就无法保证送达使用者手中的产品信文能在信道中忠实“复制”、高度保真。

当然，设计师要掌握信道技术，不同于后续工种的操作工人要掌握信道技术，也不同于工程师之掌握信道技术。以产品设计为例，设计师要掌握信道技术是有与自身的设计密切关联的内容，即

① 在设计之初，必须了解材料的物理、化学等各方面特性，搞清哪些材料的特性适合于该产品的使用条件、结构要求与废弃后的再生要求，一句话是否适合用于该产品的设计。

② 必须了解该材料是否能保证功能与形式的实现与维持，一句话，是否能保证文化价值的实现与维持。

③ 必须了解所选定的材料有怎样的加工成型特性，能否用以表现该产品特定的实用价值与象征价值，一句话是否能表现该产品特定的文化价值，必须考虑如何更好地发挥该材料固有的审美形态（即考工记所说的材美）的实现。

④ 必须了解该材料及其加工工艺会在成形与表面处理上给设计带来怎样的制约（符号规则），必须考虑如何更好地发挥该工艺技术固有的审美形态（即考工记所说的工巧）的实现。

⑤ 必须掌握工业产品的色彩工艺技术，考虑如何保证在互换式生产方性的批量复制中色彩的工程化再现与工程化管理。

否则作为设计师就无法实现自己的预期目标。

在现代设计中，人或产品的信文都是基于现代化、大工业、大批量、互换性生产方式批量复制的。这是它们的共性，但是不同设计领域的媒体技术有极大的差异。一般情况下绝不是同一位设计师可以同时掌握的，所以，专业的分工是现代设计的重大特征。

### 5.3.5 产品目的构成方法研究

#### (1) 信文实用价值的构成

现代设计是一个专业化的设计领域，也是一个基于分工协作的操作领域。设计的宗旨是要使产品信文中的文化价值忠实地传达给最广大的消费者与使用者，所以除了信道的畅通等因素之外，分工中由设计师完成的按欲传达的文化价值来构成产品信文是至为关键的活动。

设计既有信文文化价值的传达作用，也就是设计符号是以符号实用功能为主的符号系统。众所周知，这种符号系统的信文构成就是一种目的构成。它必须按语义的需要遵循符号的语义学规则选用符号，必须按复合语义结构的需要遵循外界依存性符号的语构学规则，将这些符号单位构成为具有完整语义结构（即完整文化价值）的、具有完整构成形式的符号构成体。同时由于设计符号的性质所致，它们的约定性较弱，所以信文的语境在消费者、使用者方的信息重建中将起一定的作用。所以设计师的信文目的构成中还应充分考虑形成一个与产品文化价值相符的信文语境，而决不能是一种出乎众人预料的怪形式。

已知，设计符号系统是由三种不同的实体，或者说要素组成的，并且它们在文化价值的创造中各有自己的分工，各具相对的独立性。所以一般有如图 5-15 所示的构成方式。

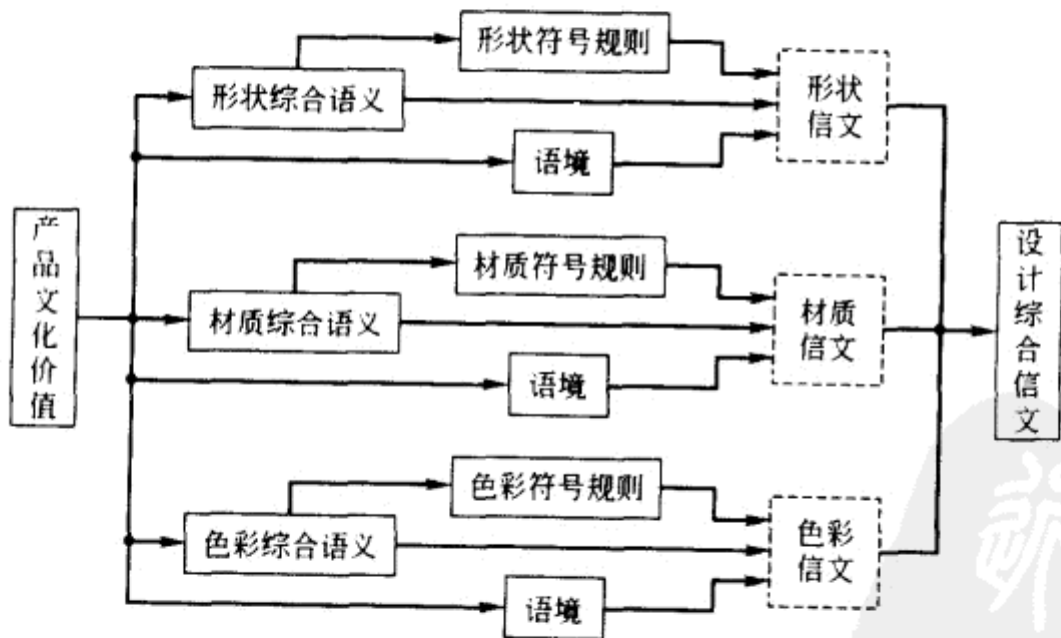


图 5-15 设计综合信文的构成

图中，设计的综合目的，就是从设计信文的文化价值中整理出的，在信文构成中必须实现的种种具体的目的。由于不同设计符号实体间的分工，形状符号、材质符号与色彩符号在文化价值的创造中如前所述具有相对的独立性。图中各种符号的语义就是它们应分别创造的文化价



值。与这三种语义相对应的三种符号的信文也具有相对的独立性，它们应分别承载着相对独立的文化价值。而一个产品的综合的信文则是来自三个相对独立信文的综合。

### (2) 信文象征价值的构成

由于设计中的象征价值不是一种独立的价值，它是基于实用价值与产品形式的一种主观价值，是附加价值。所以在对它的创造中虽然可以适当改变形式，但决不能改变产品信文的实用价值、乃至符号单元的功能。因此即使在形式的改变中，也会受到实用价值的制约。也就是说产品设计决不能像自由艺术那样可以任凭艺术家个人意志的自由驰骋，用一个比喻来说的话，设计是要在螺丝壳里做一场出色的道场。因此不谙此道的自由艺术家们介入设计之后，就有可能不断地鼓吹要打破由制约构成的种种符号规则，不然给规则卡死之后不就大家都说着同一句“话语”了吗？

是的，设计确实是在螺丝壳里做道场，实用价值的创造受严密的符号规则的制约，象征价值又受实用价值的制约。也就是象征价值的创造既不能以破坏实用价值的实现为代价，还不能以“自说自话”为能事。例如，人们设计一栋房子，任你如何设计，屋顶必须防晒、防雨、还要防渗漏；墙面必须防风霜雨雪、防他物侵入；窗是窗、门是门绝不能颠倒。只要你还是真正的建筑师的话，你就不能为了象征价值的创造去随意地改变它。为了象征价值的“创造”你能将廊柱换成同样是纵长形的梯子吗？只有梁上君子才欢迎梯子的语义：它直接引导他由此攀缘、登楼入室。

符号学告诉人们，语言就是制约，就是规则。越是成熟的语言就越是规则严密的语言。它将抵制任何一个人通过自己的交流行为对它的任意改变。所以，设计符号系统也是一种抵制来自任何一个个人的任意改变的意义、价值系统。但是一个产品的信文则是一种言语，它才是设计师主体依赖于运用设计符号规则来表达广义信息的、有选择的语言编码规则的结合，一种现实的、有选择的个人化的规则。也就是说面对严密的设计符号规则在信文的构成中设计师是有选择的，只有当你掌握的规则越多、越熟练，你非但没有被规则卡死，反而，你可选择的余地也就越多，自由度就越高。

符号学还告诉人们，一个信文的横组合是不可改变的，也就是它的每一个语义成分，即符号单位间是不能调换的。但是，它们又是可以在它等价的纵聚合关系中随意选择的。所以作为设计师在必须充分掌握符号规则的同时，还必须充分研究各种横组合关系与纵聚合关系，在对这些关系的掌握中就取得了设计的相应的自由。

### 思考与练习

1. 设计的文化本质是什么？设计属于上层建筑还是经济基础？
2. 从设计作为对需求的响应的角度来分析，设计可分为哪几类？它们分别是

对怎样的需求所作出的响应？

3. 设计从工艺技术特点的不同，可分为哪两类？它们分别有怎样特点？它与按需求所作的分类间有怎样的关系？

4. 设计按应用领域的不同又分为哪三大类？

5. 设计的文化价值是什么？它分为哪两大类？这两大类文化价值间有什么关系？它们与人类间又有什么关系？

6. 设计符号有哪两类功能？这两类功能间有怎样的关系？这两类功能与设计文化价值间又有什么关系？

7. 设计符号有哪些要素？什么是设计符号的形式？符号的要素与形式有什么不同？

8. 设计符号有那些双重的特性？设计符号是分节的吗？

9. 设计的传达有哪些特点？

10. 设计的信文构成有怎样的特点？为什么说它是一种目的构成？

11. 设计信文构成中必须遵循怎样的编码规则？为什么说设计师是用使用者的语言说自己要说的言语？

12. 设计的解码过程有怎样的特点？产品的使用者对编码规则有自觉的认识吗？

13. 使用者在设计解码过程中有作为主体性的解释的自由吗？

14. 为什么说设计是非自由艺术？是造物艺术？它有语义学与语构学的规则吗？设计的编码规则有怎样的特点？

15. 设计的信道是一种怎样的信道？在信道中将有那些作为？信道技术是那两类设计的分水岭？

16. 为什么设计师必须掌握信道技术？为什么说现代设计是专业领域的设计？



# 第6章 设计符号学方法论

符号学不仅能解决设计的认识论问题，还将有助于解决设计的方法论问题。在本章中将从符号学的角度分析设计方法论的问题，并以办公家具的设计为例，来全面说明设计符号学在认识论与方法论上的作用，并且还就设计中的若干热门的话题展开设计符号学方法论的探讨。

## 6.1 设计步骤与方法的符号学审视

本节宗旨是从符号传达的视点出发，来看设计将应有怎样的步骤，又应该用怎样的方法来实现每一步骤。

### 6.1.1 设计调查

设计师能否良好地完成设计的传达过程，首要条件就是看他在着手设计传达过程之初是否能全面、完整地掌握究竟要传达什么？又应深入地把握该如何传达？也就是说作为收信人的消费者究竟需要怎样的驱动？作为发信人的设计师又应根据什么才能利用所构成的信文实现如期的驱动？为了找到尚不掌握的、所需的信息与依据，就是展开设计调查的目的之所在。

#### (1) 什么是设计调查

众所周知，设计传达过程中的编码子过程，就是设计的目的构成。目的构成中究竟应有怎样的目的，而在构成中究竟又应遵循怎样的编码规则进行编码呢？这些都是要在接受设计的委托之后通过设计调查（Design Survey）来取得的。实际上各种设计调查贯穿在整个设计过程之中。这里所说的设计调查其实是指展开设计之前寻找设计依据的事前调查（Prior Survey）。

究竟什么是事前调查？有人说就是市场调查！当然在整个工业工程系统中要开发一个新产品市场调查不仅是必需的，并且还必须是先行的。因为一位经营者对市场是否存在，又以怎样的规模存在，存在在何方？潜在消费者是怎样的对象群，他们对该产品将有怎样的购买力？如果对这些问题都还一无所知时就冒然地委托设计，那他将是一位糊涂的经营者，失败的经营者。而一位成功的经营者在作出巨额投资委托设计的决策之前，必定是先对市场作出充分调查，对资料作出缜密分析的基础上来确认商机。所以市场调查是远在作出设计委托之前就应该早已完成的工作，它是营销者的份内事，并成为营销学的组成之一。

高度发展的现代社会的根本特征就是分工。所以对营销者应该完成的市场调查，工业设计师在条件允许的时候，可以参与市场调查，但完全没有必要越俎代庖！因为工业设计师自己已经有的是太多的、非用自

己的专业知识来完成不可的份内事了，又有谁能来为你越俎代庖呢？所以，分工带给工业设计师的不是市场调查，而是为了获取开展具体设计所不可缺少的数据、资料而作的设计调查。但是，在展开设计调查之前对市场调查结果的了解与掌握是不无裨益的，这对在总体上理解与把握自己要设计的课题，首先对开展设计调查都是非常必需的。

## （2）调查内容

那么，通过设计调查，究竟应该取得怎样的一些信息呢？这只要再次展开图 5-11 所示的设计传达过程一看就会明白。因为设计的编码过程是一个目的构成的过程，所谓目的构成就是要利用特定的编码规则将打算传达给消费者的特定“语义”承载到该产品的信文中去，让该产品信文能确实地意指这一“语义”。并且让这一“语义”能如期地驱动消费者、使用者，让他们能切实地重建这一“语义”、并受这一“语义”的驱动。这一“语义”就是产品信文的文化价值。而这一文化价值包括主体成分的实用价值与附加成分的象征价值。

在具体的产品中这一文化价值应该是怎样的价值？当然掌握专业知识的设计师在总体上是必须有所了解的。但它毕竟是由消费者出资购买，要对消费者实施驱动，那么消费者将会对该文化价值提出怎样的具体要求呢？譬如办公椅的话，消费者会要有扶手的呢，还是要没有扶手的？要可旋转的呢，还是要固定的？譬如办公桌的话，消费者会要有橱柜的呢，还是要全抽屉的？抽屉要放置些怎样的东西呢？这一切也需通过设计调查，由潜在的消费者作出回答，并且这也是他们能通过主诉明确回答的内容。此外，究竟消费者会有怎样的趣味，要怎样的样式？是否会要文艺复兴样式，还是要洛可可风格？对于这些问题，虽然消费者心中会有一定的希望，但他们嘴上一般难以说清具体的样式，无法做出明确的回答。此外，又譬如办公椅的椅面应该选取多高，要有怎样的倾斜度？办公桌应该要多高，桌桶的空间应该要多高，才能更好地保持工作时的舒适、合理、稳定，适合长期工作？诸如此类数据，虽然对设计是极其重要的，也必须从消费者哪儿取得与他们能匹配的结果，但是没有设计专业知识的消费者也是无法对此作出明确回答的。因此就要设计师利用设计的专业知识与技能，客观地从潜在的消费者那里通过测试取得必要的数据。有了这一切数据之后，才有可能将符合消费者要求的有文化价值的产品信文传达给消费者。

但是，即使在对这些问题都已取得了明确的答案之后，要想进行目的构成时设计师还必须掌握编码规则，并且还必须是设计师与消费者所共知共识的编码规则。不然，即使设计师进行了信文编码，自以为已经把必需的文化价值承载于产品信文，但不是共知共识的编码规则的话，消费者即使也进行了信文解码，但仍不能忠实地重建设计师所欲传达的文化价值。为了取得共知共识的编码规则，是根本不能要求没有设计专门知识的消费者去掌握设计师的编码规则的，只能要求有设计专业知识



的设计师去掌握消费者可能会使用的编码规则。只有当设计师明确地掌握了消费者可能想要的是怎样的文化价值，以及消费者可能会使用怎样的规则去进行产品信文的解码之后，设计师才能完成对信文的表现，信文才能确切地对该文化价值的意指，消费者才能忠实地重建文化价值，并受到所需文化价值的驱动。设计师的工作才能为消费者所肯定，它的设计才能最终经受客观的检验。企业的产品才能畅销不衰。

综上所述，设计师通过设计调查就是为了取得如下两组数据。

① 针对该项设计消费者究竟会想得到怎样的文化价值的驱动，也就是应该以怎样的功能延伸消费者功能的不足。或者说设计师在该项设计中究竟应该意指怎样的文化价值。

② 为了让消费者能确实地受到该文化价值的驱动，或者说让消费者能确实地通过产品的使用忠实地重建所承载的文化价值，使信文能确切地意指该文化价值，使设计师能在该信文中确切地表现该文化价值，设计师必须了解使用者、消费者在解码中究竟会有怎样的编码规则。也就是使用者将会用怎样的心理看待产品的象征价值，以怎样的身体数据、状态与产品相匹配。

只有弄清这两个问题后，设计师才有可能顺利地展开对信文的目的构成，对产品进行合理的设计。设计师就是为了弄明白这些问题才展开设计调查的。

### (3) 调查对象

那么，设计师又应如何来着手进行事前调查呢？首先就是要确定到哪儿调查，向谁调查？在设计师接受委托时之所以要向委托人索取一份最新的市场调查的分析资料，就是为了确定市场之所在，潜在消费者对象是怎样的人群。这就告诉了设计师应该到什么地方去调查，应该向怎样的人群去进行调查。因为设计所需的数据，几乎都因地域的不同而不同，因对象人群的不同而不同。所以调查的对象是其他地域、其他群体、其他个人所不能代替的。比如未来的使用者人群在四川，你就不能以东北为对象来测定他们的人体数据。同样道理，也不是设计师个人的观点与个人的数据所能代替的。比如未来的使用者人群在农村，而你是一个吃洋面包成长起来的洋设计师，就不能以你的嗜好代替消费人群的嗜好。只有直接在市场所在的地域，以潜在的消费者群体为对象，进行的调查才有可能取得有效的数据。

### (4) 调查方式

已知，具体的调查内容有两项，那么这两项内容的调查又应用怎样的方式来实现呢？

第一项，是调查消费者究竟会想得到怎样的实用价值与象征价值的问题。正如前面所说，这往往不是所有不掌握设计专业知识的消费者都能明确、全面地回答的问题。并且还会因为消费者所属群体的不同、消费者个体的不同、消费者的主客观状况的不同，所反映出的要求与趣味

等往往也会各不相同。所以调查的结果是一组具有特定分布的值。在这些想得到的资料中，有些可能已由前人的调查结果所提供，但不少必须在着手设计前由设计师自己进行实时调查的。所以只有直接针对该产品的潜在使用者所展开的设计调查才能取得对设计真正有意义的原始数据，并且还必须经过特定的数据处理才能取得最终所需的处理结果。所以设计师就应根据心理需求所固有的规律来设计好一个合理的调查问卷。而掌握这种心理物理学方法正是设计师所必须掌握的专业知识。为了掌握这种专业知识也正是设计专业教育中之所以将人类工程学（乃至实验心理学）列为主干课程的原因。而在人类工程学的教学中除了提供必要的的数据之外，又将提供必要的方法而列入主要的教学内容中。

第二项，是调查设计师与消费者间究竟有怎样的共知共识的编码规则的问题。因为设计的外延符号语义学规则既有依从于物对物的客观关系，也有依从于物对人的关系。这些关系中前者必须根据工程学的知识与方法来取得，后者则要根据人类工程学的知识与方法来取得。并且这里所依从的人就是潜在的使用者。而内涵符号的语义则完全基于人类的心理认知，这只有根据实验心理学的知识与方法（一般已包含在人类工程学之中）才能取得。这里对之认知的主体也是潜在的使用者。即使渐被外延化了的内涵语义的准编码规则，也必须根据文化人类学（也可以说就是一种比较文化学）的知识与方法来取得。这也必须是潜在使用者群体的文化。此外关于设计符号系统编码规则中的语构学规则，如前面所说，它是外界依存性的语构学规则。也就是依存于它所意指的外部世界，所以既与具体外延语义结构（即整体的功能）有关、又与总体的文化价值的驱动方式有关，也就是与符号系统所平行的客观现实世界中人群是如何使用对象的方式有关。这些则要设计师从对该产品总体功能将如何在潜在的使用者那里得到使用的分析中才能取得。所以不论是哪一项规则，都不是通过问卷调查就能由潜在使用者的主诉而取得的。它们都只能由设计师根据上述的专业知识对潜在消费者作出客观的、必要的测试，并对其作出分析与处理后才能最终取得。同时也决不能由设计师个人的身体、生理与心理的数据所能代替。这些获取数据的方法也正是设计师所不可缺少的专业知识，并且对于没有设计专业知识的任何消费者是根本不能明确地回答的问题。

在先进的工业化国家，设计调查一般都有熟谙设计专业知识的专门设计调查机构来分工实行专业化的调查。设计师所需的客观的资料与数据不少就能从这些机构有偿索取。也有不少还能从各类出版物与论文上查取。当然仍有不少不得不由具有专业知识的设计人员直接展开调查取得。但在中国几乎还没有能提供数据的机构，出版物或论文所能提供的数据不仅种类有限、专业性不强，甚至不少还数据陈旧、可靠性不足。往往有更多的数据不得不由具有专业知识的设计人员直接展开调查取得。

综上所述,设计调查的方式可以归结为两种方式:一种是通过问卷调查的方式,根据潜在消费者的主诉取得设计所需的数据;另一种是通过潜在消费者进行客观的测试,根据测试结果得出设计所需的数据。

### (5) 调查方法

与这两种方式相对应,就有两种不同的方法:对于前一种问题设计师在进行调查之前,必须根据实验心理学的方法对调查的问卷作出良好的设计;对于后一种问题设计师在进行调查之前,必须对测试方法与程序作出良好的设计。

不论是哪一种方式,都必须用心理物理学的数理统计方法或找到它们的分布,或分别求出它们的平均值与方差。这些具体数据有的属于物理量,更多的属于心理量。但是心理量不仅存在特定分散的分布,并且多数都不能直截了当地从被试者主诉那里取得数据。因为被试者的思维与心理的定势作用,以及调查者对被试者的心理暗示作用等都会严重地影响结论的正确性。一般有诸如对偶比较法等特殊的实验方法可供利用。但是具体的方法已经属于设计交叉学科组成之一的人类工程学或实验心理学的专业内容,这里不作赘述。

### 6.1.2 调查的数据处理

设计调查的目的是为了确定被设计产品的应有文化价值与进行目的构成时所依据的编码规则。所以数据处理应得出的结果有以下内容:产品的具体的文化价值;外延层面的部分重要的语义学编码规则;内涵层面的部分重要的语义学准编码规则,以及虽未形成但可能形成的语义学规则;部分重要的决定于人、物运作关系的语构学规则等。

#### (1) 文化价值的确定

作为一名设计师对于产品应有的文化价值一般事先都有一定的认识与构想,但产品各部分功能的细节未必能够事先确定。并且,产品设计的使用对象不是设计师个人而是一个庞大的使用者群体,所以如前所述设计师不应该以个人的生理与身体数据代替群体的数据,更不应以个人的心理数据(如喜恶等)强加给消费者群体。所以对产品的具体功能必须从问卷调查的主诉中整理出数组群体喜好列于前位的数据,以备设计时的需要。

一般在批量极大时经营者往往为了占领市场会分成数种方案分别按喜好度的比例确定生产量,如果批量较小时经营者往往又会为了降低成本可能仅生产喜好度最高的产品。所以设计师在设计调查的数据整理中必须事先留下喜好度高的几组数据,以备需要。因为完全有可能要针对喜好列于前位的数项进行设计。

#### (2) 人因性语义的编码规则

众所周知,只有在外延功能中才有可被客观构想所确定的语义学规则。在这些语义学规则中不仅有确定各个符号形式与符号内容间结合关系的内容,还有确定哪些形式被认定为符号的内容。其中,符号形式与

符号内容的结合关系取决于所认知的感官，所以是人因性的。但是哪些形式可被确定为符号的形式，其实更确切地说，可被确定为符号的形式会受那些制约，则更主要地取决于材料的物、化特性与加工工艺等的客观的物、化与工程技术因素。因为这些因素都会制约产品的成形的。所以前者必须从实时的设计调查中找到答案，后者则可从工程学的知识宝库中去索取。

① 人因性外延语义的规则。前已阐明，一个符号的实体通过不同的感觉系统可能被认知为不同的符号形式，往往也就有不同的符号内容与之相结合。所以符号内容的确认首先就取决于通过特定的感官，也就是以前所说的在特定的心理空间中来认知它的形式。产品符号也不例外，其形式与内容的结合也取决于人类特定感官对符号形式的认知，一个加工成符号的实体通过不同的感觉系统也可能被认知为不同的符号形式。

在产品符号中所谓符号的内容就是该零、部件的作用或功能。但这一功能在这里不是指物对物之间的，诸如速度、力、能量等的传递或变换之类的功能，在这里所指是一个零、部件（符号形式）在系统运行中对使用者身、心（感觉系统）的一种作用或驱动。所以作用于不同的感官就会出现不同的作用。如图 5-8 中（1）与（4）所示的那样，椅靠符号作为一个物的可用性它们都是可依靠的，对视觉系统来说该两者的语义也是相同的。但是对于人体躯干的本体感觉系统的作用则是各不相同的。正如前所说的那样，前者对使用者的本体感觉恶狠狠地说：“我要在下方顶着你的尾椎骨、在上方卡着你的肩胛骨，让你活受罪”，而后者对使用者的本体感觉则是充满温柔与关怀地说：“你累了吧，让我托着你的腰、抚着你的背，让你舒舒服服地、完完全全地放松坐稳。”因此只有后者才是设计师应该创造的、真正的、设计符号的语义。总之，一个符号作用于什么感官，就由该感官来认知它的形式，确定它的语义。尽管说是人因性的规则，只不过是作用于人体而已。而这种作用仍是一种客观的作用，仍受客观世界规则的制约。

由此可见，设计符号的语义学规则不可能像文字符号那样，都有所谓的训诂之学（研究字形与字义间的结合关系的学问）那样将所有成果都完整地刊载在词典之中以供查询。设计符号的语义规则是不可能有这样的学问体系为人们提供的，只要不是一个成熟的产品就只能由设计师实时地一一做出研究。只有当有了众多设计的积累，才有可能逐步地形成设计符号语义学的规则库。但是当真正形成了一个完整的规则库之际，往往也正是这一产品走到了自己生命的尽头之时。这就是设计语义学研究的宿命，它就像一匹永不停蹄的驿马，不断地从一个驿站奔向又一个未知的驿站。

② 非人因性外延语义的规则。设计符号的语义学规则中除了上述的规定以怎样的功能和怎样的形式结合的规则之外，还有规定怎样的形



式可被作为符号形式使用的规则。后者就完全是一种非人因性的外延语义规则，它完全取决于外部世界的制约。一种单元符号的实体究竟可以用什么材料来构成，这就要看该产品究竟有怎样的功能，究竟用于怎样的环境。因为不同的材料有不同的物理、化学特性，不是所有材料都可以任意地用于各种不同功能与环境的。一个产品的单元符号，不是可以用任何随意的形式来构成的。因为不同材料有不同的加工成型工艺与特性，特定的材料与特定的工艺都有自己在成型上的制约。所以即使在理论上可以成为符号形式的形态，往往在客观上因受材料的物化特性与加工工艺特性的制约，也可能有无法成为符号形式的情况。

③ 内涵语义的规则。在上一章中就已知道，设计符号的内涵语义并不存在任何基于客观构想的语义学规则，它只是取决于人类个体心理认知的主观价值，所以这种主观价值因心理认知的分散性而具有很大的分散性。所以，符号的内涵性层面就不可能存在像符号外延那样的确切语义。这就像语言符号不可能存在暗示义词典一样，非语言符号的设计符号就更不可能有内涵性语义的编码规则库可供查询。而只能依赖于一种按特定语境来确定的主观认知而已。如果有一个明确的语境，也只不过会有一个相对确切的内涵语义而已。

但是，某种内涵语义在特定语境下若被反复使用，就有可能被外延化而成为一种准编码规则。分别针对各种外延功能的积累和整理出它们的符号准编码规则，是一名设计师极其重要的必修课。譬如以希腊建筑中的柱式为例，分别有如图 6-1 所示的几种不同的样式，这就是多利安式、爱奥尼亚式与科林斯式等。它们在外延语义上都是相同的，既是建筑物山墙的支撑，又可能在其间形成通行的通道。但它们的内涵语义，也就是对审美主体的主观价值来说则各不相同。如果从世界范围的建筑来考虑，中国有中国传统的柱式，印度有印度传统的柱式。那将会有更

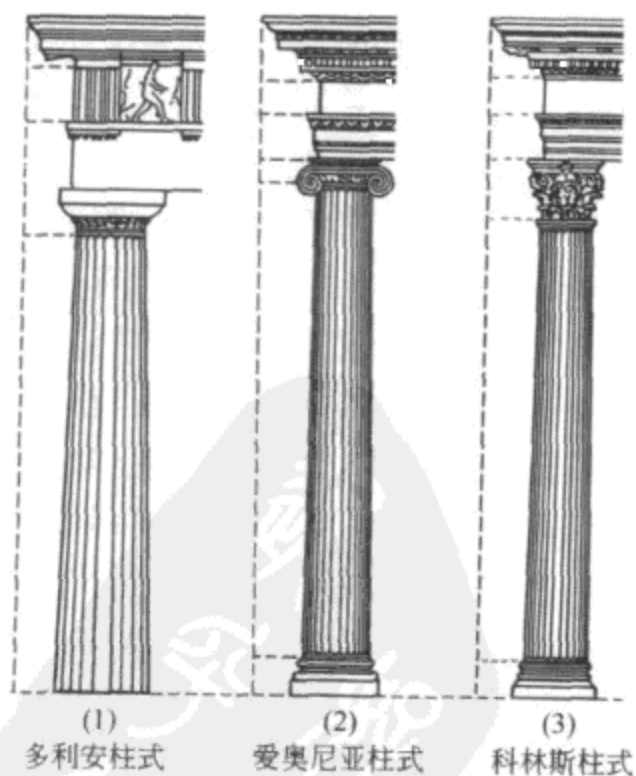


图 6-1 希腊建筑柱式

多外延语义相同而内涵语义不同的各种柱式的符号。这就在符号形式与外延语义的结合中形成了种种不同的主观价值，即不同的内涵语义。这种符号的内涵语义在某种特定的文化体系中逐渐有了固定的结合，渐被外延化而终于形成为准编码。一般这种准编码就可能散落在各设计领域的史学资料之中。

传统设计或建筑设计在漫长的历史长河中有较多的被外延化了的特定内涵语义，有较为丰富的准编码规则，也有较多、较完善的史学资料的积累。而在历史短暂的现代设计中这种准编码规则以及史学资料的积累就少得可怜了。所以，诸如工业设计中这种准编码化了的符号样式也就很少。因此，史学资料的借鉴也几乎没有太大的可能。但是，设计不是单纯产品实用价值的创造，它还有产品的象征价值创造的使命以满足使用者的身、心两方面的需求。所以作为一名出色的设计师他必须在自己不断学习、不断创造的同时，还应分别置大力于针对各种外延功能的形式，搜集这些符号曾被用于怎样的内涵功能。分别积累与整理出这种外延语义相同、内涵语义不同的符号集合，这些符号集合恰好就是一个个相同外延语义的符号等值纵聚合集。这对设计中创造产品种种丰富的象征价值就是一个极其重要的宝库。

### (3) 语构规则的确定

如前所述，一个产品文化价值中主体的实用价值不仅仅是物本身的可用性而已，而是要使物的功能成为人类自身功能的一种延伸。所设计的任何产品也都是与人结为一个统一系统的形式来运行的，这个系统也就是所谓的人、物系统，人、机系统或人、环境系统等等。正是这种系统的运行关系形成了人类的一种生活方式。所以，一再强调设计不仅是设计了一种可用之物，而且还是设计了人类自身功能的一种延伸，甚至可以认为是设计了人类的一种崭新的生活方式、一种文化。

同样如前所述，产品的语构学规则是一种外界依存性的规则。也就是首先依存于上述这种以系统方式运行中人、物，人、机或人、环境间的结合关系，与此同时在某些局域它还依存于该系统的子系统、客观的物与物之间的结合关系。一个产品各功能单元的空间排列关系也完全取决于这种以系统方式运行中人、物，人、机或人、环境间的空间排列关系以及物与物之间的空间结合关系。因此，一个功能单元就可视为一个符号单元，所以，这种功能单元的空间排列关系就是单元符号的空间排列关系，就是设计的语构学规则。

由此可知，设计的语构学规则，即各组成单元间的空间排列关系取决于两个方面：其一，运行中物与物之间的客观依存关系；其二，运行中物与人之间的空间排列关系。这两种关系在产品的改型中是有可能在现有的原型运行中预知的，但对于一个原创性的设计就不可能有什么资料可以为你预先提供了。它只能由设计师在具体设定的运行方式中经研究人·物，人·机或人·环境等的关系来确定。这两方面，前者是工业

设计师所必须了解的工程知识，而后者则是设计师必须花大力进行研究的课题。并且在一个产品中，这种语构规则所决定的符号组合关系恰好构成了一个横组合关系，这在产品信文的构成中将有重要的应用。

### 6.1.3 概念设计

从符号学的视点考虑，概念设计与操作设计二者一起构成了编码过程，即信文的目的构成。它与分工给设计师的整个设计过程（Design Process）相对应。所谓概念设计（Concept Design，也称构思设计）就对应于目的构成或设计过程的前期阶段，但这一阶段国际上的一般做法是以企业的计划部门为中心，包括技术部门、设计部门等的广泛合作，在着手产品设计的具体操作之前进行某种预备研究，以探讨产品计划的可行性以及设计可能有的形态。这时一般还只能用草图或模胚来表达的产品信文理想化的雏形而已。它还远远未能达到提供可交付投产的最终图纸或原型（样品）的阶段。

一个产品符号的实体，一般不仅有形状要素，并且还有色彩与材质两种要素构成。尽管材料是形状的物理载体，而形状又成为色彩的载体，但是形状符号作为符号形式是三种符号形式中的主体。只不过其他符号形式虽也类似，但对人而言实用价值的比重有很大的下降，而象征价值有所提高而已。它们总体的关系如图 5-15 所示那样，这里不作赘述。一般在概念设计阶段主要的则是处理由形状要素构成的设计符号。

作为目的构成阶段的前期，一般是利用草图或模胚来形成产品信文的雏形的。但构思设计是下一阶段操作设计的起点。为了操作设计的顺利进行，在草图或模胚中应尽可能地表现出各功能部件间的关系。这些关系是由设计图学（Design Graphics）与模型（Model）制作技术来保证的。其中设计图学包括三个不同的领域：即设计素描（Design Sketch）、透视画法（Perspective）与工程图学（Engineering Graphics）等。对于设计而言设计图学与模型则都是它的二次编码。

所谓设计素描，它不同于造型艺术中的素描。艺术素描往往自身就是一种目的，当然也可能是为了油画等的创作，它捕捉的是三维对象的、因外在因素而引起的瞬间外在的表现。设计素描则不同，其自身并不是目的，而在其自身之外存在着目的。其目的有二：其一，为了作为一种语言，能方便地、正确地记录下设计师在构思中逐渐形成理解的三维对象的视觉形象以及利用这种形象来发展设计师的设计；其二，当设计师的设计臻向完美时，利用它能方便地转换为可供加工生产的工程图纸。凡能达到上述目的的素描就是设计素描。所以设计素描所表达是三维对象的、不因任何外界因素的变化而变化的、本质的结构，所以也称为结构素描。如图 6-2 与图 6-3 所示的就分别是为了这两种不同的目的所绘制的素描。前者自身就是一种目的，而后者它只是一种手段，是用感性的方法描绘设计的三维对象结构的视网膜像的一种画法。当然已有对象存在时，它就是一种写生。但是，在设计的全过程是都不可能客



图 6-2 造型艺术素描  
(列宾：叶卡捷琳娜·巴塔肖娃)

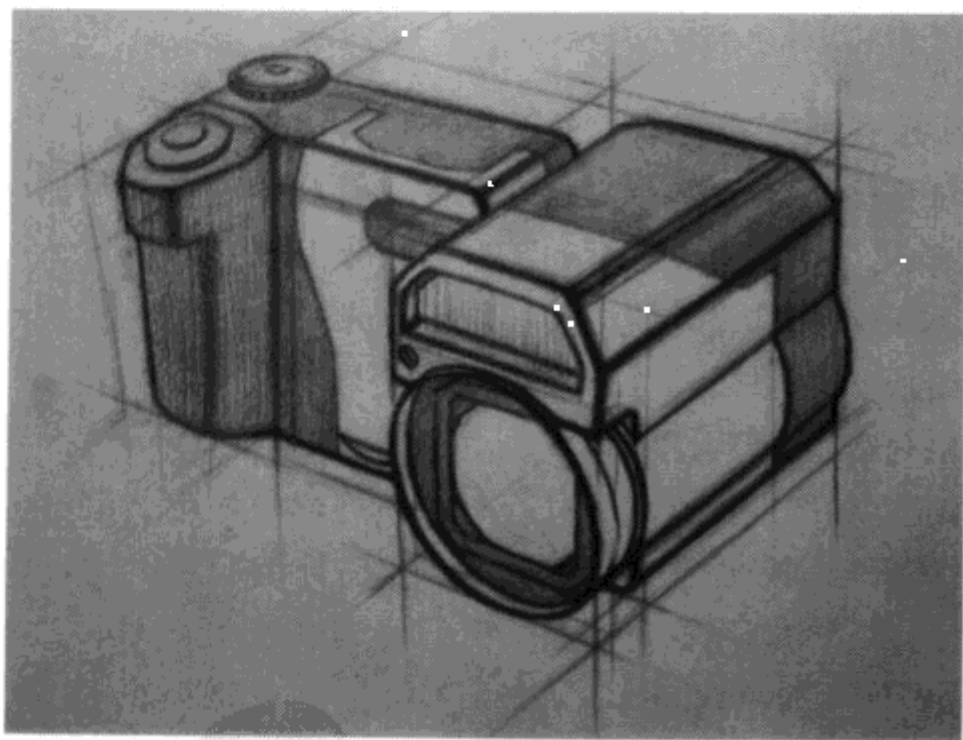


图 6-3 设计素描

观的三维对象的存在可供写生，所以设计素描所要求的不仅是能正确地描绘所观察到的三维对象的视网膜像，并且还应有将想像中，所理解了的对象描绘出来的能力。并且设计素描是为了解决对象本质的结构问题，以供下一阶段操作设计具体化，以及转换为工程图纸的需要。所以，一般保留辅助线来表现出形体之间的理性关系是必需的。而一般并没有必要忽视效率地表现出外在的，对操作设计并非必要的，那种因随



机因素所产生的种种表面效果。

透视画法是描绘三维对象结构视网膜像的一种方法，是在总结前人感性认识基础上的一种理性方法。它是正确地按所观察到的对象描绘设计素描与按所理解的对象描绘设计素描的依据，也是下一阶段从设计素描到工程图纸转换的依据。在设计图学中处于核心的关键的地位。其实透视画法早在文艺复兴时期就是所有写实画家们逼真地绘制对象的金科玉律，只可惜自从西画传入中国以来，国人因基于散点透视的固有习惯而没有给予透视画法以同等的重视。尤其是抽象绘画在国内传播以来，原先绘画的金科玉律就被完全地打入冷宫了。画家们将透视画法的杀手铜，拱手让给了他人。

工程图学所描绘的则不是三维对象的视网膜像，或者说是当视点移向无限远处时对透视画法的一种简化。它是工程上的一种习惯画法，一种重要的工程语言。它在作图的规律上作了平行投影的假定条件，所以不像透视图那样产生很大的变形，而可从其图中直接了解各边的尺寸。它在具体画法上又根据不同行业作了若干标准画法的规定。只要是投入生产的图形都必须遵循该行业的习惯标准。如图 4-2 所示者就是应用于制造业的机械设备装配图。

所谓模胚，可说是模型中的一种“三维草图”，只是为了发展自己设计的构思构型而使用的一种模型技术。它既很少细部，又像草图一样不是十分精细地刻画的。

#### 6.1.4 操作设计

操作设计（Working Design，也称基本设计）对应于目的构成阶段的后期。在这一阶段设计师必须进行周密的规划，理性地发展设计，乃至进行定量化的计算到最终确定方案。由于此后的工作，在分工上主要由生产技术部门来完成了，所以在操作设计阶段还必须将原先用设计师的语言，即设计素描所描绘的设计成果转换为工程技术人员与生产人员的共同语言，工程图学方法来描绘的工程图纸，以供生产部门生产。

一般产品设计的目的构成有如图 6-4 所示的过程。在该过程中，产品的实用价值遵循着符号的编码规则，而象征价值只取决于主体的心理认知。构成中由其实用价值通过语构规则决定产品信文的语构性连接关

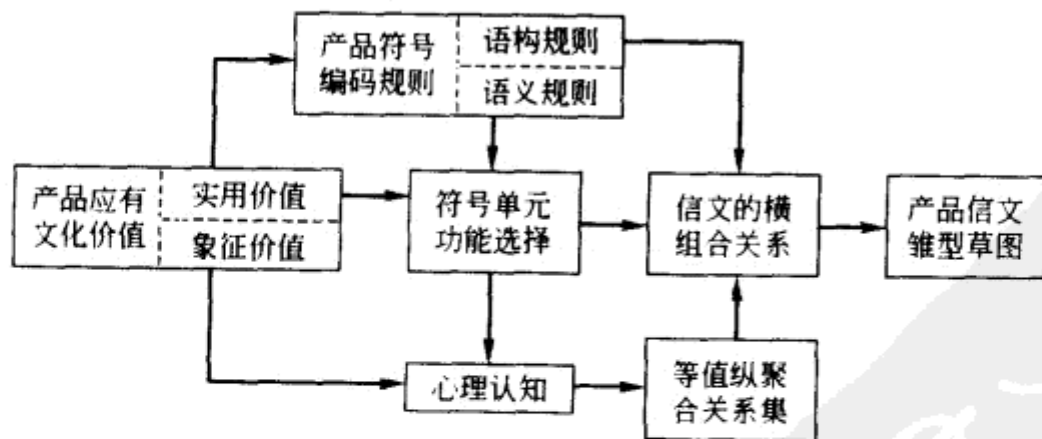


图 6-4 产品设计的目的构成

系，也就是信文的横组合关系：通过语义规则则确定了横组合关系中的各成分的符号单元功能的选择。而象征价值则没有这样幸运，它只能在按符号单元功能分别建立的各等值纵聚合关系集中通过心理认知选取符合特定象征价值的对象。最后当这些对象——代入横组合关系中时，就完成了产品信文的雏形。在这一过程中各等值纵聚合关系集中的所谓等值，也就是指其功能（语义）的等值而言。就是在一个等值纵聚合集中各符号的形式可能各异，但对于功能而言则都是完全相同的。但在各等值纵聚合之间不同的符号形式未必在心理认知上都能保持统一感，这是设计过程中必须予以充分的注意的。该图中列举出的只是这样一种关系，并不是硬性地规定了某一种程序。在实际的设计过程中，还是可以根据具体情况或个人习惯适当地考虑孰先孰后。

#### （1）实用价值的构成

如上所述，外延功能的构成就相当于语言活动中根据一个欲表达的复杂语义结构（外延语义）进行造句。在这种遣词造句的过程中，首先就是根据欲表达的复杂语义结构，按语构学规则确定句型，即横组合关系，然后根据单词语义选择词汇填入该横组合关系的各项中（如图 3-10 所示）。

在产品设计与这一复杂语义结构（外延语义）相对应的就是产品的整体应有文化价值中的实用价值（外延），它是经设计事前调查的结果经研究后最终所确定的；与选择词汇相对应的就是根据语义学规则选取的具有对应单元功能的各产品构成部件（单元符号）；与这一句型相对应的就是适合于该实用价值的各功能部件的空间配置关系，也就是根据产品符号的语构学编码规则来确定的产品信文的横组合关系（即对应的部件空间配置关系）。这种设计中的“遣词造句”就是分别选取与各子功能相对应的产品构成部件，填入横组合关系中去。

#### （2）象征价值的确定

设计的信文中除了承载有产品的实用价值之外，消费者总还要在信文中追求它的主观价值，这一主观价值就是象征价值。究竟要创造怎样的象征价值这也应在事前调查研究的基础上形成设计师的最终认识。

象征价值只是符号的内涵，而内涵与风格的种种变化是在纵聚合关系集中经选择确定的，但这种选择是不能改变产品信文基本语义结构的横组合关系的，也就是不能改变它的实用价值的构成。所以在组成横组合关系的同时，分别按各符号语义构成一个个等值纵聚合集是确定象征价值的关键。每个等值纵聚合集都是由基本语义相同，但内涵与风格不同的符号组成。根据心理认知分别可在各等值纵聚合关系集中任选一项代入横组合关系的同一项中，以形成相同内容，不同风格的种种话语。

所以，象征价值的构成方法就相当于语言学习中的替换词练习一样，考虑这种可能性而总结出的符号学方法就是由横组合关系的确定性保证了信文各组成部件基本语义不变的同时，在各纵聚合关系集中的种

种可选择又产生了种种内涵与风格的变化。这就是构成象征价值的重要符号学方法（具体的关系可参阅第3章中图3-10说明）。

但各个部件分别在不同纵聚合关系集中的随意选择，将有可能引起风格的过于多样化而提高了复杂度。由公式（4-1）可知，人类群体对信文审美度的评价为  $M = O/C$ ，其中  $C$  就是复杂度。随着复杂度的提高将会使整体的审美度下降。为了整体象征价值的提高，在不同纵聚合集中的选择，必须充分注意到各部件间风格与内涵的统一性。

### （3）设计的发展与方案的确定

在这一阶段中，这种利用横组合的确定性与纵聚合中的可选择性所构成的还只是一个粗略的信文，还必须对每一个子功能理性地一个又一个地分析，在设计调查的处理结果中所取得的文化价值的细部，逐一进行周密规划，乃至进行定量化的计算，最终综合地确定整体的信文（产品）。在这一设计的发展过程中自始至终需利用设计素描或模型的制作技法来发展设计的方案，并直至最终仍将利用设计素描与模型技法将完成的方案完整地表现为视觉的形式。但是必须注意，最终完成的设计素描的设计稿是无法直接交付生产的，它还必须转换成工程图纸。所以，就要求设计素描的绘制过程中，始终必须表明形体间在量上的理性关系。

设计的目的构成是一种在分析基础上的综合过程，所以它的答案不是惟一的。在这一阶段设计师应通过两维的工程图学与三维的模型技术的演绎，对草图或模型的多次反复研究，才能最终作出决策，将方案确定下来。

### （4）工程图纸与资料

在设计方案一经确定，就必须以工程图学的方法，明确地、定量地表述出来，以便最终交付生产。这是工业设计的信道媒体技术的要求，因为工业设计的信道是一个采用现代化大工业、互换性生产方式的工程工艺的人工信道。在交付工程图纸的同时，还必须汇总出交付生产所必需的数据资料。或者再以仿真模型（Finished Model）的形式正确地、定量地表达出来，以便在进行生产时参考。

所以这一过程结束，或是以信文由透视画法的草图转换为可供加工生产的工程图纸，并汇总为最终数据资料，或是以缩尺模型（Scale Model）放大为原大模型（Mock Up），乃至完成仿真模型为标志。至此可以说主要分工给设计师的工作才基本结束。操作设计也即完成。

### （5）制造原型

在工业工程系统中在提交工程图纸与资料的同时，往往对于原创性设计为了最终具体地验证设计的可行性，还需制作制造原型（Prototype）。这种制造原型除了在制作工艺上与批量生产的成品有所差异之外，不论在材料的使用上，在外观的形式上，以及所应有的功能上都必须与生产完成后的成品完全一致。

一般而言,制造原型的制作是试制部门的工作。但是在这个过程中还将着重地验证设计的可行性,如果没有设计师的协作,单独由试制部门去工作的话,还是难以完成的。所以设计师一般还参与制造原型的试制,也是天经地义的。到制造原型完成后,才可以说设计师才真正地完成了自己的操作。

#### 6.1.5 工艺设计、投产与销售

在设计师完成了上述的所有工作之后,紧接着的传达过程就要进入它的信道。对于现代设计在信道中信文不仅要向消费者传送,并且在传送之前还必须进行大批量复制。所以进入信道的第一件事就是进行工艺设计(Technological Design,也称量产设计),其后就是批量生产与大量销售等工作。但这些已经不再是分工给工业设计师的任务了。

所谓工艺设计就是在批量生产之前,为了施工人员的生产能更顺利、更有效率地实现,必不可少的要对产品的加工方法以及生产程序等进行设计。这一部分工作是由工艺工程师来完成的。但是必须注意的是,不是任何形态都能用既定的材料和既定的工艺来加工实现的。换言之,也就是任何材料或任何工艺对生成的形态都有特定的制约。所以,虽然工艺设计是由工艺工程师完成的,但是工业设计师不能不了解材料与工艺对生成形态的制约关系。不然,你的设计即使有天大本事的工艺工程师也可能是无法实现的。

只有在工艺设计完成后,才能交付批量生产。在完成批量生产的同时,就要展开产品的大量销售活动。

#### 6.1.6 追踪调查与动态调查

任何一个产品的销售,往往随着时日的推移而逐日降低销售业绩。一位再好的销售人员也无法保证一个产品的永远畅销。为了使投下大量资金所开发的产品能获取更多的利润,就要使产品不断地保持活力。惟一的办法就是要不断地改型。因为开发一个新产品与对一个已有产品的改型所投入的人力与费用是大不相同的。所以对产品进行良好的改型设计(Model Change),可以以较小的投入而取得较大的收益。

所谓追踪调查(Tracking Survey),是在完成的产品投放市场之后对产品展开的跟踪调查。这一调查旨在从实际使用者那儿取得最直接、最确切、最有发言权的信息反馈。这对已投放市场的产品虽已无济于事,但它是下一轮改型设计的切实依据,它就相当于改型设计的事前调查。

在这一调查中,一是要检验该产品是否与使用者取得了最佳的身、心匹配,是否与环境取得了协调,检验文化价值是否如期重建,编码规则是否确切等内容。二是要了解消费者对改型设计的期望,以期从实际使用者那儿取得第一手最可靠的信息反馈,来修正设计师对产品所设定的文化价值以及该产品符号系统的编码规则。

追踪调查一般可以通过企业的销售部门、代理商或委托零售商来进



行。一般采用测试卡，乃至面晤的方式进行。但具体的调查项目必须由企业的设计部门会同技术、计划等部门来共同制定。

任何一次调查都未必能取得十全十美的结果。为了使设计能更臻完美，其实类似的调查还贯穿在整个设计过程中。所谓动态调查（Dynamic Survey）就是在设计进行的过程中所作的调查。这与事前调查截然不同，它是非常具体明确的，乃至针对某种已经具体形化了的对象（信文）来进行。它是设计师在设计过程中与潜在使用者间的一种对话，以图从潜在使用者处取得发展设计所需的帮助与合作。以便在投产之前再次确认花费巨额投资，把产品推向市场是否会取得必然的成功。

这种动态调查与追踪调查也不相同，它是在产品投放市场之前就将自己的设计方案，直至仿真模型或制造原型直接与消费者见面，以便他们做出抉择。所以它是冒着产品可能被模仿的危险而进行的，因此必须充分注意企业的秘密与知识产权的保护，谨防侵权而致使企业蒙受损失。

6.1.7 小结

综上所述，为了与上述的设计的目的构成取得对照，从技术的视点将分工给设计师的任务归纳为如图 6-5 所示的设计过程。图中除了在设计的事前调查之前的市场调查，与设计资料完成之后的工艺设计、批量生产与销售等工作是其他部门的任务之外，图中由锁线框住的所谓设计过程都是分工给设计师的，或主要是分工给设计师的工作。

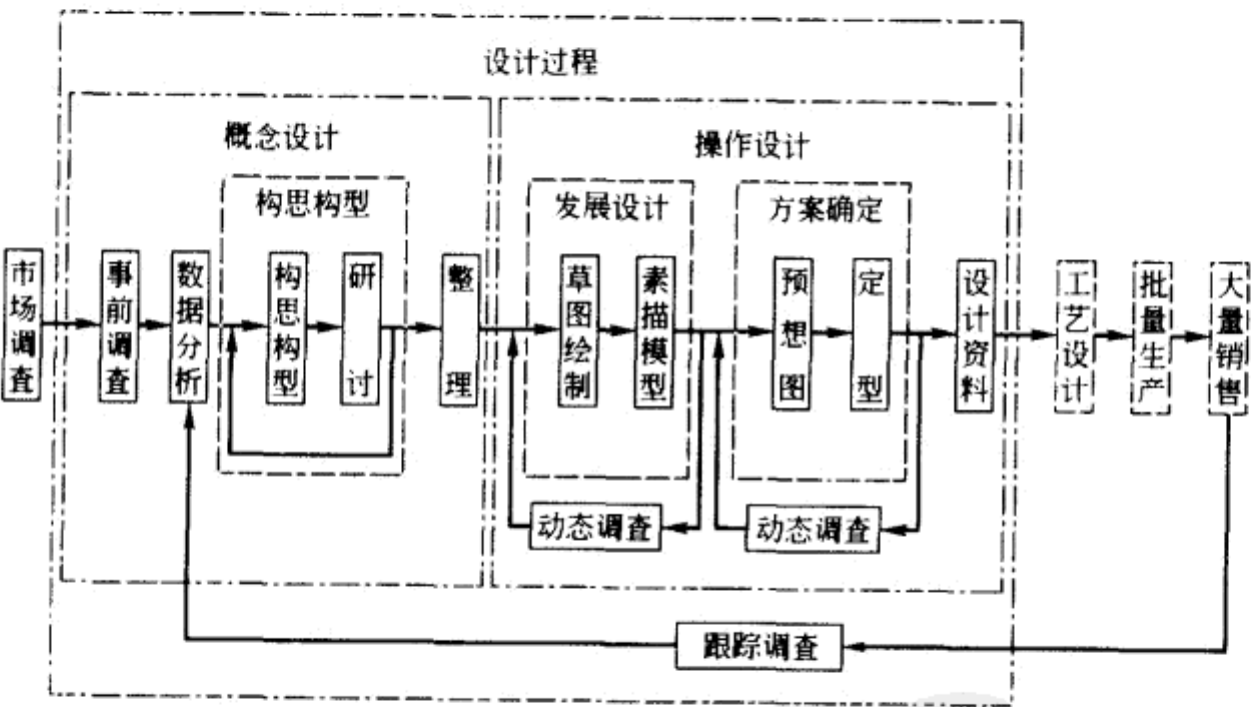


图 6-5 设计的步骤

由此可知，设计是一个系统工程，它们是众多环节紧密相扣的理性化过程。所以一位设计师几乎无法同等地熟谙设计流程中的每项事务，一位设计师一个人也无法包揽设计流程中的全部事务。分工也是工业设计的主要特征，只有利用分工才能保证每一环节都有最优秀的人来承担，都能保持同等的高水准展开工作。但是分工并不等于分家，它们不

仅与设计专业内部有着紧密的联系，并且还有如图 6-6 所示的那种与工业工程系统中其他职能部门间的紧密的联系。他们之间是一种基于互动、协作的分工，而绝不是一种互不往来的分家。各个环节之间，不仅要有相互沟通的语言，并且各个环节之间还存在着相互的制约。

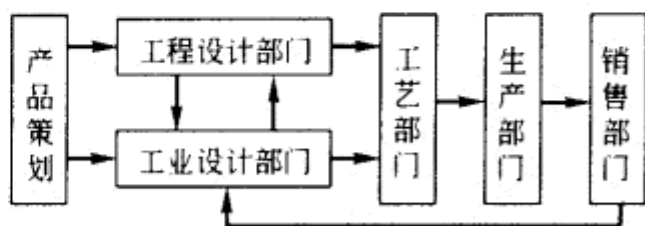


图 6-6 工业系统各职能部门间的联系

## 6.2 办公家具设计举例

如以符号学的视点来审视的话，设计是一种符号现象。所以办公家具设计也是一种符号现象，可以说就是通过设计符号实现的，一种特定的传达过程。在这一过程中设计师将在目的构成中所承载于办公家具这一产品信文中的文化价值，忠实地传达给最广大的使用者，并实现对他们如期的驱动。所以，办公家具设计也是一种广义的传达过程。

虽然，家具自身的功能并不复杂，似乎也只是家用道具而已。但从家具两字在繁体字中都是单人旁，说明了它们在出现之初就已表现出了与人类的密切关系。所以，从将它的功能作为人类自身最密切、最常用功能延伸的角度来说，家具是产品文化价值的创造，工业设计理念实现的至为重要的对象。其中办公家具不仅与人类的工作，并且与人类的生活都有密切的关联，所以在工业设计中持有特殊的、重要的地位。历代设计师也都对办公家具，特别是对办公用椅的设计情有独钟。本书之所以选用办公家具的设计为例，也正在于它作为物的功能似乎一目了然，并不复杂，但是它能很好地说明设计并不只是创造物本身的可用性而已，只有将物的功能演化为人类自身功能的延伸才算实现了设计的理念。实现了这样一种延伸才是设计在产品中所创造的文化价值。也只有让这种文化价值对使用者如期地驱动，才是产品设计的完成。办公家具在作为人类自身功能的延伸中，人、物之间的关系是表现得非常典型的，也并非是自明的。所以对办公家具的设计的分析对工业设计而言具有典型的意义。

### 6.2.1 办公家具与书写文化

#### (1) 人类自身功能的延伸

所谓办公家具，主要由办公椅、办公桌组成。人类之所以需要办公家具就是为了阅读与书写活动，特别是书写活动。当然在办公时，还会需要诸如橱、柜等道具，但它们与办公活动的关系较为疏远，设计中的关系也比较简单，所以例中暂且不谈。办公桌椅不仅是家具中使用频度最高，还是与人关系最密切的对象之一。并且随着科技的进步体力劳动

的减少、脑力劳动的增多，这种关系还在日益加深。每位在办公室工作的人，每天都几乎有超过 8 小时的时间是伴随着办公家具一起度过的。所以办公家具已经是家具中与人的关系最为密切的成员之一，办公家具的设计是家具设计（Furniture Design）中极其重要的构成部分。

人们之所以要设计办公家具，与其说仅仅是为了要创造办公家具这一为人类书写、阅读活动服务的道具，创造这一道具的功能，毋宁说是要创造人类自身的一种书写文化。那么，人类究竟要有怎样的书写文化呢？在人们还没有这种道具时，或许进行阅读活动还能将就，但是书写活动就勉为其难了。因为人类自身并不能保持书写活动所应有姿势的稳定性及其所需的工作面。为了自身这种功能的实现，于是人类创造了办公家具。但是并不是只要有了桌椅的可用性就能很好地实现人类自己的书写活动。如图 6-7 所示，不妥的办公桌椅就可知一般。

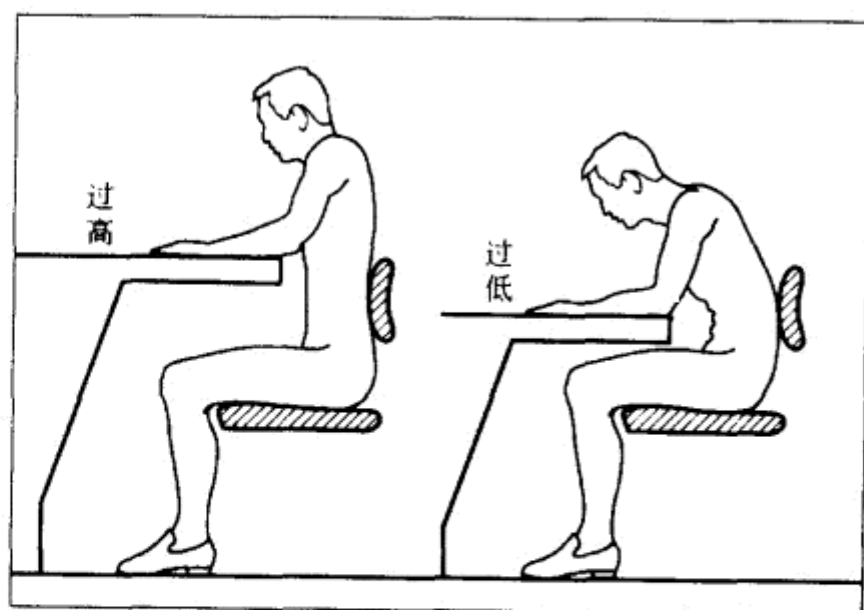


图 6-7 不妥的办公桌椅

之所以说这是不妥的办公桌椅，是由于它们都不能提供人们以合理的书写坐姿。只有当这种道具能给人以舒适、合理的坐姿，并且人类自身又将以最少的劳力付出就能长时间地、稳定地、维持这种舒适、合理的坐姿时，人们在书写活动中所积累的疲劳才会最少、效率也将最高并且将有最高的工作意欲。这才是办公家具应提供的合适功能，也是办公家具设计的目的。能达到如此目的的办公家具就有可能以其最佳的功能来延伸了人类自身书写功能的不足。所以，与其说人类是创造办公桌椅的功能，毋宁说是创造了隶属于自身的功能。只有使物的功能成为人类自身功能的一种延伸时，并且还像自己与生俱来的功能一样得心应手、使用自如时，才能说实现了工业设计的理念。

### （2）创造一种书写文化

在回顾历史，观察办公家具变迁的同时，也必然观察到人类书写文化的同步变迁。办公家具的设计与人类书写文化的样态是紧密不可分割的。所以说创造办公桌椅的功能，还可以说是为了创造人类自身的一种书写方式、一种书写文化。利用物的功能来创造人类自身的文化，这才

是工业设计的最终目标。

早自中国上古时代的先民们就创造了茵席这种坐具，形成了席地而坐的书写文化。当时的茵席实际上就是一个铺在地上的座面而已，它的语义结构非常简单。与茵席相对应是由称之为书案的矮“桌子”，形成书写工作面。当时由这种茵席与书案创造了古代书写文化。它采用的是一种跪坐姿，案面高度略高于跪坐时的脐部，并且采用一种称为单钩的、手掌平伸执笔方式的毛笔书写文化。这种文化一直延续到隋唐时代，目前在韩国与日本仍保持着如图 6-8 所示的这种毛笔书写文化。这种书写方式在持坐姿的人与工作面之间的关系虽然是合理的，但是这种坐姿本身并不能延伸为人类自身的一种良好姿势。这种文化的改变也就势在必行了。



图 6-8 类茵席书写文化

中国自隋唐时代开始才较为普遍地使用凳、椅，坐具的语义结构也开始变得较为复杂。当时的椅子虽已有相对复杂的结构，但并没有形成现代椅子的合理、稳定的坐姿。椅子在其后的发展中终于日趋结构复杂、功能确切。同时也创造了如图 6-9 所示的高桌椅的毛笔书写文化：这时的桌面高度约与坐姿时胸骨的剑突处齐高，采用一种称为双钩的、掌竖腕平执笔方式的毛笔书写文化。这种书写文化较之从前已是一种与人类自身的坐姿取得了好得多的匹配关系。这种书写文化一直保持到近代，也延续了上千年。

到了近代引进了西洋的硬笔书写方式，执笔与书写姿势都发生了很大的变化。掌不再竖，向前平伸；腕不再平，稍向下垂；硬笔由三指捏定斜指桌面。与双钩执笔毛笔书写相比，笔尖下降至少有 10cm 以上。但是由于办公桌椅的设计并没有随之而变，尤其使持坐姿的书写者与工





图 6-9 掌竖腕平的毛笔书写文化

作面之间的关系很不合理，所以这种桌椅就无法与硬笔书写文化相匹配。数十年来正是因为这种不匹配带来的是在青少年中不断地增加着近视眼的发病率，在长期与办公桌椅打交道的一切从业人员中普遍地、相当严重地出现脊椎与颈、肩部肌体的疾病。难道这也算创造了新的硬笔书写文化了吗？不！人们正亟待改变这种现状，创造一种符合中国的新的硬笔书写文化，所以办公桌椅设计的重要性正日益提高。同样由毛笔书写改为硬笔书写的还有日本等国家，他们也曾出现过原有办公家具与新的书写方式不匹配的情况。但即使是当年旧桌子，也比中国的桌子低了 6cm。尽管如此，也曾为近视眼以及脊椎与肩部肌体疾病的发病率居高不下所苦恼。但他们终于在 20 世纪 70 年代彻底地改变了当时办公桌椅设计的现状，创造了属于他们自己的，如图 6-10 所示的新的硬笔书写文化，即桌面下降了 6cm，成了 68cm 高的办公桌新标准。



图 6-10 硬笔书写文化

从以上的例子中可以体会到正是这种书写文化对办公家具的设计提

出了要求,反之,办公家具的设计又创造了相应的书写文化。办公家具的设计与其说是设计了办公家具这一物体系列,毋宁说就是设计了人类自身的书写文化。所以现代办公家具的设计就是创造适合于中国现代的硬笔书写文化。

### 6.2.2 人与办公家具设计

#### (1) 人与家具功能的分类

家具是最传统的,也是与人类的关系最密切的室内设置。但各类家具与人类间的密切程度又各不相同。如果要对家具进行分类的话,最根本的分类就是按与人体的密切程度来区分。其结果就如表 6-1 所示,共分为三类:即人体系家具;准人体系家具;建筑物系家具。

表 6-1 家具的分类

分 类	主要功能	与人体的关系	对 象
人体系家具	支持人体	完全受人体支配	床、椅、凳
准人体系家具	形成作业面	关系密切、部分受人体支配	桌、各类工作台
建筑物系家具	遮隔、收藏	与人体直接接触较少	屏风、帘幕、橱、架

其中人体系家具,如床、椅等不仅直接支持人体,并且几乎在人类生命历程中,各有 1/3 是在床与椅上渡过。特别是后者借以渡过了人类自觉生命历程的 1/3,可说与人体关系最为密切。准人体系家具,如桌、工作台等在生活中与人体也有长时间的接触,并借以完成某种作业,往往还间接地支持了人体的局部。建筑物系家具,如橱柜等是建筑物本身的功能向室内的延伸,在家具中它与人体接触较少,关系较为疏远。所谓办公家具,就是以家具中与人类关系最为密切的前两者,人体系家具与准人体系家具为主的家具系列。

#### (2) 人与家具设计优先顺序

由于设计是为了用人造之物来延伸人类自身功能的不足,按符号学的观点就是要让信文中的文化价值如期地驱动收信人。所以所设计的产品与人类的密切程度就足以说明该产品对人类的重要性。如果文化价值有高低之分的话,它决不在于投资的大小、价格的高低,而正在于对人类的重要性、与人的关系的亲疏。由此可见,家具对人类而言是有高度文化价值的重要对象。办公家具,它包括办公场所的家具、大专院校、中小学等的学习用家具,乃至家庭书房家具等等。对人类而言办公家具不仅使用广泛、影响面极宽,又是家具中具有较高文化价值的重要对象。在家具设计中设计师就应按与人体关系的亲疏,从人体系家具、准人体系家具到建筑物系的优先顺序来投注自己的关注、分配自己的精力。根据设计的理念,办公家具的设计中就应以人体系的椅子优先于准人体系的办公桌的顺序来进行。应以椅子为主来确定桌子的设计。但是遗憾的是中国迄今的家具设计中并非都能摆正这一关系,不少人反而因办公桌在视觉上的重要性而把椅子视为桌子的附属品。在设计中往往把

准人体系家具的办公桌反而优先于人体系家具的椅子来设定系统。这也足见在部分人的心目中，还没有真正树立人本位的设计理念。目前所选办公桌的 76cm 高度标准与所选椅子的 43~46cm 高度标准正是这种思维的产物。也正是近视眼以及脊椎与肩部肌体疾病的发病率居高不下的成因。

## 6.2.3 办公家具实用价值的确定

如图 6-11 所示，为了创造一种书写方式，为了消除办公桌椅设计所带来的一切负面作用，也为了提高工作意欲，在办公家具设计中应创造怎样的书写文化，应创造怎样的文化价值呢？这些正是展开设计之前必须充分了解的问题。

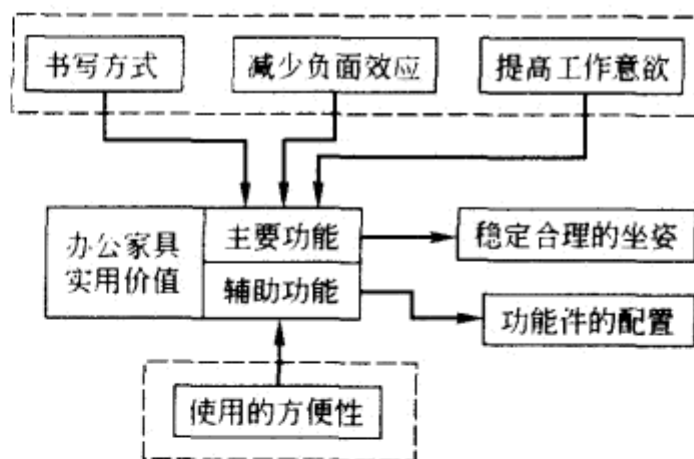


图 6-11 办公家具实用价值的确定

现代硬笔书写文化对办公家具设计提出的要求首先就是要确立符合于这种书写活动的文化价值，这个文化价值主要方面就是如下的实用功能：

① 由人与办公家具构成的人、物系统的运用中必须适于硬笔书写活动方式，首先就在于创造一个适于硬笔书写活动的合理的坐姿；

② 要在全身自然放松状态下，不用人类自身肌体力量的支撑，即能确保该合理姿势稳定，将疲劳的积累与对人类生理、心理的一切负面效应减少到最低限度；

③ 能在使用中提高书写活动的工作意欲与效率；

④ 给书写活动带来最佳的方便性。

这就是办公家具应有的功能。其中第④项是办公家具所需的辅助功能，为了这些辅助功能的实现，就应考虑诸如椅子要否扶手，桌子要有怎样的抽屉或橱柜等。由此可见，办公家具的设计与其说是设计了办公家具，毋宁说是设计了人类自身合理又稳定的坐姿，设计了人类的书写文化。正因为如此，办公家具的实用价值才真正地体现了不可估量的巨大文化价值，所以实用价值才是产品文化价值的主体方面。

在上述的功能中，只有那些辅助的功能才是在事前调查时可在潜在消费者的主诉中直接取得明确的答案的，而那些主要功能反而无法在潜在消费者的主诉中得到确切的回答。这只能根据潜在消费者的含糊要

求,利用设计师自身的专业知识来展开必要的测试与研究,逐步明确它具体的文化价值。由于办公家具符号的形式是通过本体感觉为主的综合感觉来认知的,或者说办公家具的语义是通过以本体感觉为主的综合感觉的驱动而被使用者所接受的,所以为了确定这些符号的语义规则,就必须开展对这些接受驱动的特定感官的人类工程学的研究。并在潜在消费者处取得必要的人体与心理的数据以确定在设计中的应用。

至于办公家具的象征价值,它不取决于客观构想的编码规则,它只是使用者主体对办公家具这一客体及其功能的主观价值,所以它的创造是绝不能在改变实用价值的基础上来实现的。正如前面曾说过的那样,可以在办公家具的横组合关系确定之后再在各部件的等值纵聚合关系集中做出选择。

#### 6.2.4 办公家具设计的编码规则

办公家具设计就是在信文构成中“意指”这种硬笔书写的文化价值,并向广大的消费者传达这种文化价值,并让这种文化价值通过以本体感觉为主的综合感觉去驱动广大消费者。所以它的构成是一种目的构成。这种构成中每一个符号都必须遵循客观构想所规定的符号规则。这种规则中既有确定单元符号能指与所指的关系,即家具组部件的形式与其功能关系的语义学规则,又有规定这些单元符号,即组部件在空间相互组合的关系,也就是符号单元组合的语构学规则。

##### (1) 外延功能的语义规则

实用功能就是符号的外延语义。凡外延性质的符号都是基于客观构想的语义学规则所规定的符号。该规则规定了组部件的形式与其功能间的结合关系。但是这种形式不是基于视觉的认知,而是基于本体感觉为主的综合感觉的认知才与其功能实现结合的。形象地说就是这种办公家具的部件并非对视觉,而是对以本体感觉为主的综合感觉诉述了它的应有的语义,不是对视觉,而是对本体感觉等实现了它应有的驱动。所以设计就是要寻找这些部件的形式与以本体感觉为主的综合感觉间的匹配关系。

同样对于桌椅的辅助功能,如桌子的抽屉,也必须基于本体感觉为主的综合感觉的认知来确定其形式与功能的结合关系。

此外这些部件在空间的语构排列,还将依存于外部客观世界人、物系统的运作方式。至少有使用者群体对人体坐姿合理性的心理认知的制约以及保证坐姿稳定性的静力系平衡的制约等等。

① 椅子符号的外延语义规则。办公家具至少应有两个不同的语构单元构成,这就是桌子与椅子。每个语构单元又可分节为若干不同的符号单元。

以椅子为例如上一章图 5-9 所示至少可分节为椅腿、椅面、靠背、扶手四个具有独立语义的符号。它们的语义就是它们的功能,分别为

- 椅面的符号形式表现为是大是小、是硬是软、是平是斜以及有怎



样的平视与空间形态等。虽然这些形式都是可视的，但是通过视觉的认知并不能确认它的“语义”。而只有通过臀部等的本体感觉与肤觉的认知才能确定它的语义，即功能，是否对臀部形成了一个合理的压强分布与对人体重量的合理依托，以及是否能形成静力平衡，不致使臀部前滑。

- 靠背的“语义”就是以特定的依托强制躯干形成特定的脊椎形态，它也是只有通过躯干本体感觉的认知才能确认这一功能。

- 扶手的“语义”就是对双手依托形成枕肘时躯干与肩、肘部的形态。同样这一语义也是通过这些部分的本体感觉来确认的。

- 椅腿的“语义”往往不是直接针对人体的，而是以特定高度来支撑椅面。间接地支撑起人体的全部重量并影响大腿与臀部的压强分布。

② 桌子符号的外延语义规则。另一个语构单元的桌子，也可以分节为若干个符号单元构成，它们的语义分别为：

- 其中最为关键的是桌面，它的“语义”就是以形成特定高度的工作面，以确保工作时特定的颈、肩与躯干的姿势；

- 桌面之下桌桶所形成特定空间的“语义”不仅为了保证坐姿时双腿的伸展，并且还要保证坐姿与立姿两种状态的变换时所需要的应有活动空间，保证转换的方便性；

- 抽屉等的“语义”是桌子的附加功能，它决定了对最常用的办公用具与文件等的收纳方式与存取的方便性；

- 只有桌腿的“语义”与椅腿一样也不是直接针对人体的，而是间接地保证工作面的高度与斜度，并支持桌子与使用者部分肢体的重量。

③ 语义规则的感知性与定量化关系。综上所述，这些外延性质的符号语义，都是基于客观构想的外部世界规律而成立的。它们存在三个非常重要的特征。

- 符号的本体感觉感知性。第一个特征是同样的符号实体，对于不同感官将会认知为不同的符号形式，并将有不同的语义与之结合。办公桌椅的符号虽然都是可视的，但设计师在设计中所赋予它的功能，也就是外延语义都不是由视觉的认知所能确定的。换句话说，这些功能都不是对视觉的驱动，所以都不是视觉符号。不然不就成了画饼充饥了吗？但是不能否认，这些符号也会对视觉驱动，而这种驱动恰恰不是它的功能、它的外延语义，而往往是它的内涵语义、象征价值。

- 语义规则的定量化关系。第二个特征是能指与所指的结合关系还受到两个制约。也就是办公桌椅符号不仅在形状改变时语义会随之改变，并且在该形状的尺寸改变时语义也会随之改变。可见在符号的形式要素中除了形状之外还有非常重要的定量化尺度。因为对这些符号形式的认知是基于本体感觉为主的综合感觉，而并不是基于视觉所确定的。所以和人体的尺寸、姿势与位置紧密相关。不论是椅腿的高度、还是椅面的倾角、靠背支撑点的高度与角度，或扶手的高度等的改变都将改变

它们对本体感觉的驱动作用,改变它们的语义。同样不论是桌面的高度、桌桶高度与宽度等等的改变,也同样会改变它的作用,它的语义。如果将某一张椅子或桌子按比例放大为2倍,或按比例缩小为 $1/2$ 的模型,它们对视觉的驱动作用,以及与之相关的象征价值将会基本不变,但它们的实用价值将会丧失殆尽。所以在符号形式量的渐变过程中,在达到某一幅度时必然伴随着语义、功能的质的变化。只有在某一最佳的尺度范围内才能最佳地发挥它的实用价值的作用。而这一符号形式与符号语义间的定量化关系,则受到人类工程学与实验心理学等的定量化的与科学化的制约。如有关姿势与疲劳科学的制约。总之,这些语义学的规则,都是存在着定量化的关系。由于使用群体是特定的中国人,所以还必须选用中国人体数据的特定百分位值作为办公家具设计的依据。

• 语义规则符号成型的制约。语义规则中除了规定符号形式与符号语义的结合规则之外,还有怎样的形式能允许作为符号使用的规定。后者往往还受到生产条件与使用环境等的制约,不能随意成型。这就是有关语义规则的第三个重要的特征。影响它的要素有两个方面:一是为了满足最广大消费者需求,经受商品化竞争的高生产力要求;二是为了办公家具群体安置环境的秩序美的要求。这两方面都要求办公家具在同一系列中应具有相同的形状与相同的尺度,特别像办公桌的高度。

## (2) 内涵功能的语义规则

在办公桌椅的设计中还有象征价值的构成,但它只是相同符号的内涵而已。如第5章图5-11所示,内涵功能既没有任何独立于外延的新客体,也没有任何客观构想所规定的符号规则,它只是原有客体基于主体的心理认知而已。所形成的语义还可能是多义的,不仅有风格与内涵的种种变化,并且这种种变化还与使用者主体相关。这种符号具有体验符号的性质,人们就是带着不同的情感在对它的体验之中确认它的主观价值的。

所以为了真正发挥象征价值的作用,以下三个方面将起到极其重要的作用。

① 使用者在即物的体验中所确认的使用感情将具有极大的作用。这就与没有实用价值的自由艺术中象征价值的创造完全不同。所以设计师的形式创造必须与语义(实用价值)高度统一、浑然一体、恰到好处,更不用说决不能随意添加新客体,破坏实用价值的创造,使外延语义变得“语无伦次”。

② 要求于使用者的是对设计师创造的理解,而不是像自由艺术中那样观众自主地对创造的参与。所以决不能是曲高和寡,更不能是孤芳自赏。在内涵符号没有语义学规则这一客观事实面前,为了对它的“破译”还必须像第5章所述的那样借助于信文的语境。所以只有创造一个与办公家具文化价值一致的语境才能使消费者、使用者“破译”出与设计师所创造的象征价值近似的解释。

③ 尽管没有内涵功能的语义学规则，但是研究群体对形式的心理认知还是不可缺少的。这对设计师了解使用者群体对自己的创造将会作出如何的反应，了解怎样的形式才是使用者群体所喜闻乐见的都是不无裨益的。

尽管内涵功能并不存在基于客观构想的符号规则，但当这种符号在同一语境中被反复使用后就可能形成特定的风格与内涵，从而有了出现规则化，形成准编码的可能。如图 6-12~图 6-18 所示是西方各个时代座椅。它们在各自的时代里被反复应用，终于被编码化了，形成了属于它们各个时代的风格与样式，一种准编码。所以它们的象征价值也就由这种准编码规则所决定。又如图 6-19 所示的中国明清时期的座椅也是如此。正如基础篇所讲的，这种被规则化了的内涵语义往往会威胁到外延语义，从而在设计中出现忘却外延语义的主体地位，错误地仅将设计师的目光倾注于象征价值创造的倾向。



图 6-12 希腊时代的座椅



图 6-13 中世纪的座椅

为了创造不同的内涵与风格，就要创造像语言符号中的同义词一样，创造具有相同符号外延语义的不同的符号形式。往往这种形式并不是刻意追求的。特别是在现代由于各种不同的材料与各种不同的工艺的不断采用，客观上就会出现符合这种材料与这种工艺的特有形态。从而就会出现以不同的符号形式与相同功能结合的极大可能。所以在内涵语义上还将存在材料成形上与加工工艺上的极大制约。

一般在办公家具中，它的实用价值的比重较象征价值大的多，所以实用价值是被作为主要的方面来考虑的。但是，每天只有较少时间接触与使用，与人体关系较疏远的家具，如餐桌椅，它们的实用价值就会被淡化，象征价值比重也就会增大。现代家具中的那些非办公家具，由于



图 6-14 文艺复兴时期的座椅



(1) 巴洛克座椅

(2) 洛可可风格座椅

图 6-15 巴洛克时代与洛可可风格的座椅



图 6-16 新古典时期座椅

各种新材料与各种独特的样式的不断被采用，形成众多形式的新的内涵性符号。这些新的文化内涵可以说还远未被规则化，还远未形成准编码规则。



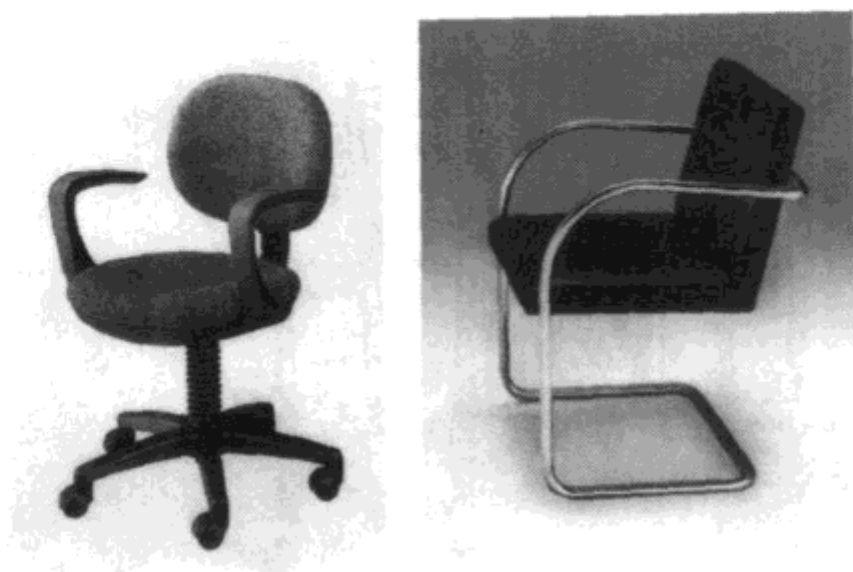


图 6-17 现代座椅之一



图 6-18 现代座椅之二

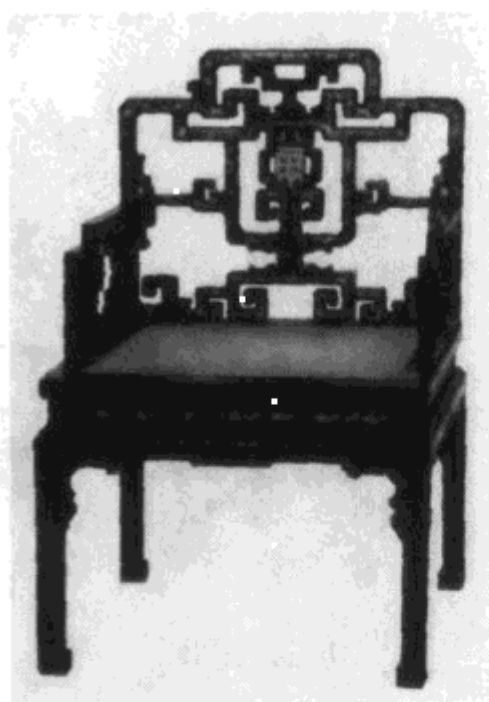


图 6-19 中国明清时期座椅

### (3) 办公家具的语构学规则

办公家具之所以也要有语构学规则，其目的在于意指更为复杂的语义结构，并按这一语义结构构成办公桌椅的产品信文。这些形成复杂的语义结构的空语构排列，还将受到外部客观世界人、物系统运作状况的制约以及保证坐姿稳定性的静力系平衡的制约等。

① 外界依存性空语构。办公家具的符号要素具有空间三维存在的形式，所以它的语构是三维空语构。这些符号实体本身并没有制约它们空语构关系的任何规则。但是，只要它们构成特定的设计对象，它们就将受到该对象所意指的，特有的外部世界的制约。所以办公家具符号的语构规则就是一种外部依存性的语构规则。

所谓外部依存性是指依存于构成符号的形状、材质与色彩这些要素之外的，设计信文所意指的文化价值是如何组合人、物间的运作关系的。办公家具设计符号的语构规则就取决于由人与物是如何按特定运作状态实现特有的书写文化的。这种语义结构决定了如扶手椅这四个符号

单位在空间上的相互结合关系，这一关系是不能随意更改或交换的。它们构成了一个特定的横组合关系。不仅是椅子的这些横组合关系不能改变，任何其他产品也一样。即使是建筑，如它的窗与门不能随意交换，它的梯与柱也不能随意交换。但是具体地应由怎样的符号单位置入该横组合关系？这还将根据象征价值的不同来进行选择。

② 办公家具的语构规则。办公家具的座椅，其实用价值是形成适于书写的、稳定合理的坐姿。办公家具中的桌子，其实用价值是形成特定的工作面，以及书写坐姿时的双肩姿势。那么这一书写坐姿与办公桌椅间的关系就制约了各符号单位在空间相互组合的关系。这种组合关系就是第3章所说的横组合关系，只要不改变整体的语义结构，那么这一横组合关系就是确定的。

### 6.2.5 人类工程学的思考

正如前所述，不论是在设计中要实现怎样的文化价值，或设计构成中需要有怎样的编码规则，这些都离不开信文与使用者受信感官之间的关系，也就离不开基于人类工程学的思考。

#### (1) 现代人的资质

为了实现这种书写文化，人类究竟要有怎样的书写身姿以及与书写工作面之间的关系呢？众所周知，凡不加改变引进任何一种外来文化都不可能成为自己的文化。只有当这种文化的价值与人们自身的价值一致时，这种外来文化才能转化为自己的一种新文化。办公家具的文化价值是创造人类的书写文化所需的稳定、合理的身姿。那么怎样的身姿才是合理的呢？这首先就得回顾400万年来，从猿到人的进化中由于对环境的不断适应，现代人究竟取得了怎样的资质。生理人类学的资料告诉人们这400万年来从四肢着地的动物进化到直立行走的人类，在资质上最大的变化就如图6-20所示。

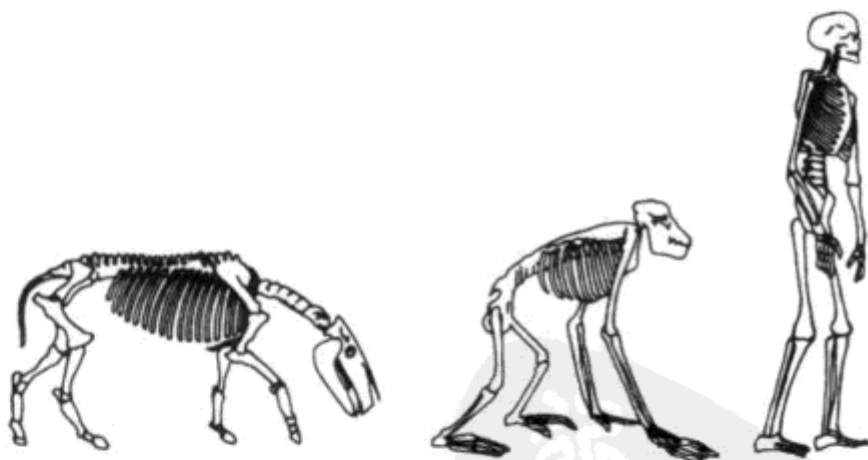


图 6-20 人与动物的自然身姿

由图可知，由于直立行走在受力（重力）方向上的改变，使人类获得了以下不同于动物的几个主要方面的新资质。

① 形成S型脊椎。为了在直立的状态下保护脑部不受因重力产生的、一切垂直方向直接冲击力的伤害，尽可能地吸收掉这一冲击能量，终于由动物的拱形脊椎演变成了人类的S型的脊椎。如果有谁强直起自

己的脊椎，从不高的台阶上脚跟着地下跳的话，就会难以想像地非得脑震荡不可。

② 形成碗形骨盆。为了依托腔体内的一切垂直下压的内脏乃至婴儿，减少对腔壁的应力，终于形成异常发达的碗型骨盆。

③ 与脊椎垂直的颜面部。为了方便于直立行走时的观察，终于形成了与垂直方向的脊椎成垂直朝向的颜面部。

④ 双肩自然下垂。由于直立时的重力作用双肩成自然下垂状，双肘自然微曲。

这种在长期进化过程中因适应而形成的资质，使人类成为一个胜利的物种，取得了不断的繁衍。所以人类直立行走时的这种身姿是在这个优存劣汰的进化中所形成的对环境的最佳适应结果。凡与这种状态相符人类的生理负担就会最小，疲劳的积聚也会最小，产生的负面作用也会最小。

### (2) 坐姿对自然身姿的改变

一般人以为只要坐下来就能得到休息，只要坐下来就一定比站着省力。其实不然，人类工程学的研究表明坐下来得到休息的可能是下肢，躯干往往反而会增加额外负担。如果没有合理的椅面高度与角度甚至连下肢都无法得到很好休息。这正是因为坐姿往往可能会带来如图 6-21 所示的那样，改变人类从进化中得来的最佳身姿：

① 经研究，因为座面的作用，骨盆前方往往会产生  $28^{\circ} \sim 40^{\circ}$  的上翻，压迫腹腔；

② 因为骨盆上翻牵动脊椎，产生使 S 型脊椎向拱形脊椎变化的倾向，往往在进一步增加了腹腔的内应力的同时，还在腰部脊椎周围产生不对称的力，使脊椎神经与后部韧带长期受拉力，使前侧椎间盘受挤压而损伤组织；

③ 臀部，特别是不堪负担的大腿下侧近膝关节窝处出现了不同程度的压力，阻碍了下肢的血液循环。

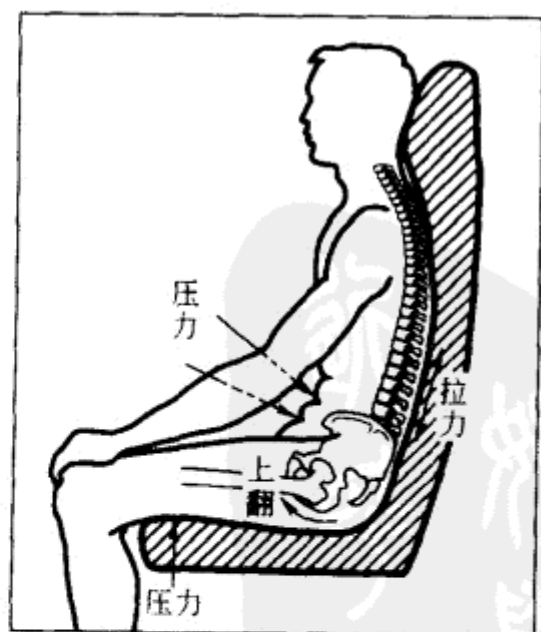


图 6-21 坐姿带来的影响

不论是哪一种变化，都改变了人类最佳的形态，增加了腔内应力、椎间应力、改变了正常的生理循环。从近期来看则增加了生理负担、疲劳的积聚；从远期来看，都将影响健康、导致肌体疾病。

此外，坐姿时的书写或阅读活动还和人类相对于工作面的关系发生重要联系。如前面图 6-7 所示，过高的工作面会产生耸肩缩颈的现象，过低的工作面又会进一步产生向拱形脊椎变化的倾向。人类众多的亚健康状态以及颈、肩与腰背乃至下肢等部位的肌体疾病都以不妥的坐姿为其主要原因，所以据研究称人类是不适于坐姿的动物。

### (3) 应有的书写坐姿

尽管坐姿是不适于人类的姿势，但是它又是人类生活与工作所绝对不可缺少的。所以，消除因坐姿带来的一切负面效应乃至各种肌体疾病，是给人类带来的最大“福音”。人们常说，中小學生因为坐姿不良，致使未来一代自我“摧残”着自己健康。各界有识之士振臂高呼要改善学生的坐姿，部分地区一时甚至不惜采用近乎体罚的姿势，强制性地要求小学生们双手反背、不准后靠，僵坐上课。殊不知人类本来就是不适于坐姿的动物，殊不知这种作为严重地扭曲了儿童的天性，殊不知不良坐姿却是办公桌椅没有良好设计的必然！

如前所述，与其说设计师是设计了办公桌椅，毋宁说设计师是设计了人类自身的书写文化。换言之，一种良好的坐姿也好，一种不良坐姿也好，都是设计师的设计带来的结果。一个好的设计为人类带来的是“福音”，而一个不良的设计却成了健康的杀手！这几乎近乎危言耸听的言辞，恰恰正是众多的国家在长期跟踪调查中所得出的活生生的事实，中国也无例外。它的影响面之深、之广是任何其他疾病难以与之相比的。

那么怎样的坐姿才有可能成为一个合理的书写坐姿呢？当然，只有如图 6-22 所示的工作坐姿才有可能是适合于书写阅读活动的应有姿势。为了使办公家具为人类带来“福音”，所设计的桌椅就有必要使工作坐姿时人体躯干以上的形态尽可能地保持与进化中得来的自然直立时的姿

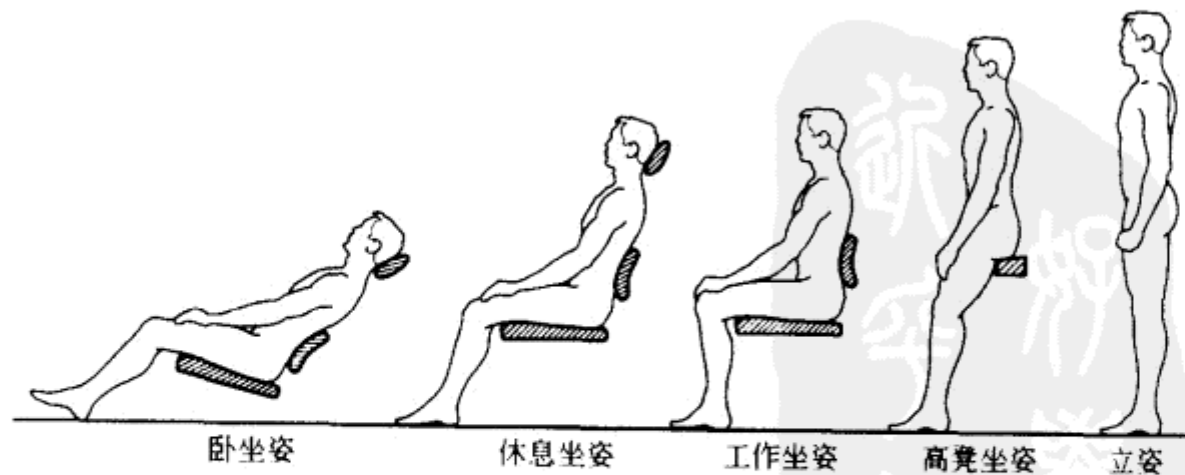


图 6-22 自然立姿与几种坐姿



态基本一致，并尽可能地消除一切负面效应。

综上所述，适合于书写活动的合理坐姿应该满足，也可能满足的条件有：

- ① 书写活动的合理坐姿必须是如图 6-22 中所示的工作坐姿；
- ② 必须尽最大可能使坐姿的躯干保持与自然立姿一致的 S 型脊椎的状态；
- ③ 尽量挺直腹部、挺直躯干，尽可能地消除内脏附加应力的出现；
- ④ 必须尽最大可能使上肢，与颈、肩部保持最为放松的垂肩圆肘状，使肌肉完全放松；
- ⑤ 下肢肌肉完全放松，取得彻底休息；
- ⑥ 使臀部与大腿有最佳的压强分布，并尽可能保证下肢正常的血液循环。

(4) 坐姿的稳定性

但是要维持上述姿势的稳定性，必须有两个条件：其一是在不费人体肌力情况下坐姿的静力平衡性；其二是不因压强分布不合理，而影响血脉的流通性。

关于前者，如果没有合理的依托，就不得不使肌体付出极大的生理负担来维持这种姿势。这就将成为产生肌体的局部劳损等各种负面效应及肌体疾病的原因。并且即使勉强地保持了稳定也无法提高工作意欲。所以办公家具必须如图 6-23 所示那样，由靠背给腰部以合理的依托力，使脊椎恢复成 S 型；在全身放松的状态下，椅子的形状能给出使人、椅系统保持静力平衡的状态；如果是桌椅系统，或扶手椅的话，桌面或扶手应有合适的高度，以使颈、肩能形成合理的沉肩圆肘状。这种躯干成

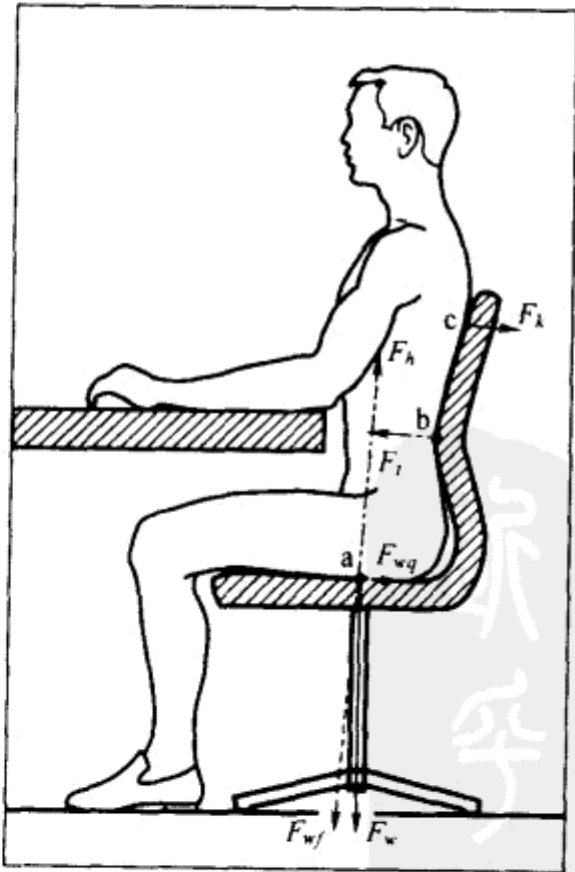


图 6-23 稳定合理的工作坐姿

S型、沉肩圆肘的姿势就是合理的坐姿。这还与中国自古以来的气功、太极拳等健身活动应保持的基本姿势也完全一致，足见先民们的高度智慧。

那么具体地说应如何来确保这种合理坐姿的稳定性呢？在图 6-23 中可以看到，坐姿时在 a 点身体受到重力为  $F_w$  的作用，该力  $F_w$  也可视之分为两个分力：一个是垂直于椅面的法向分力  $F_{wf}$ ，一个是平行于椅面的切向分力  $F_{wq}$ ，两个分力的相对大小取决于座面的倾角。此外，在 c 点因重力作用还产生一个后仰力  $F_k$ ，这个力的大小决定于椅靠的后仰角。

与此同时，人体又受到椅子的两个反作用力，一个是座面所产生的垂直于座面的反作用力  $F_h$  另一个是靠背对人体腰部 b 点的前托力  $F_t$ 。其中，作用于椅面的重力法向分力  $F_{wf}$  与椅面的反作用力  $F_h$  总是满足

$$F_h = F_{wf} \tag{6-1}$$

即该两力大小相等方向相反，相互平衡。而人体受到的重力切向分力  $F_{wq}$ ，如也能分别与所受的后仰力  $F_k$ 、椅靠的前托力  $F_t$  间满足

$$F_t = F_{wq} + F_k \tag{6-2}$$

并且， $F_{wq}$  与  $F_k$  两力构成的力矩也能满足

$$F_k \times bc = F_{wq} \times ab \tag{6-3}$$

即力与力矩都分别平衡的话，那么所有作用在人体上的力处于静力的平衡之中。这就能在人体不提供任何肌力的情况下，坐姿都能处于稳定状态之中。所以为了维持静力的平衡，座面倾角与椅靠后仰角的设定是关键。

关于后者，臀部对椅面的压强分布必须合理。人们总以为，凡是支持人体的诸如椅垫之类，总是愈软愈好。其实不然。椅面过硬时体压将过于集中在坐骨节附近，成为产生局部疲劳，以至麻木的原因。相反，体压过于分散也会出现相同的结果，只不过出现部位不同而已。据人体工程学的统计研究表明，臀部的压强分布以如图 6-24 的右侧所示者为最佳。并且这一最佳的椅垫，远不及左侧的椅垫软、压强分布均匀。这说明了人类从猿类进化而来时，还继承了臀部以坐骨节为中心能承受最大压强的能力。远离坐骨节处，尤其在大腿下方靠近膝关节窝处，就非

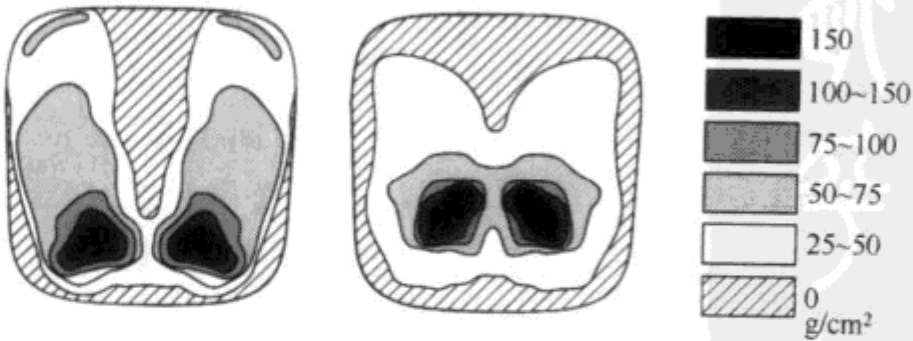


图 6-24 椅面的最佳体压分布

常敏感，几乎不能承受任何压力。所以如图右侧那种过软的，尤其带有硬边的坐垫反而更容易产生疲劳。

### 6.2.6 办公家具的目的构成

既然办公家具就是以实用价值为主体的传达过程，所以办公家具设计的信文构成过程也是一种目的构成。办公家具的文化价值，同样存在着两种不同的内容：其一是实用价值，它是办公家具得以成立的前提；其二是象征价值，只要系统中引入人类，人类就将对它产生主观价值的要求。

实用价值是符号的外延功能。只有构成外延功能的符号能指与所指间存在着基于客观构想所规定的严密的符号规则，并且一般一个确定的外延功能就有一个相对确定的横组合关系。所以就有了一个对应于该确定横组合关系的单元功能的空间排列关系，但并不确定每一功能间的符号形式。

而象征价值是符号内涵功能。内涵功能并非另有新的符号客体，它只是对原有外延客体与其功能相结合的符号双面体的基于人类自身主观的心理认知，所以是主观价值。如果在原有客体的基础上附加了新的客体，就将形成新的外延功能而改变原有的外延功能，也就会改变原有的设计目标。

在办公桌椅信文构成中有意指它特定文化价值的外延功能，即实用价值。它的构成就相当于语言符号学中按特定的语义结构所构成的横组合关系的确立，而其内涵功能，即象征价值的种种变化就相当于语言符号学中在特定的、语义等值的纵聚合关系中的替换选择。正是使用了在这种纵聚合关系中的选择，它就不会破坏原有横组合关系，不会改变原有的复杂语义结构。不然就破坏了它原有文化价值的传达。

#### (1) 实用功能与横组合关系

① 横组合关系的确定。在家具设计中与这一复杂的语义结构相对应的就是家具的整体文化价值，即一个合适的书写文化；与这一句型相对应的就是适合于该书写文化的各子功能的空间配置，也就是横组合关系；与选择词汇相对应的就是按子功能去选择部件，这就相当于在特定价值的纵聚合关系中选择合适的符号形式。

在桌椅的信文中，这种“句型”基本上是确定的，它对应于语言中的语构性连接。在办公家具设计中就是如何确定具有特定人、物运作关系的横组合关系的问题。当然它与语言符号仍有不同之处，就是语言符号的语构是时间性的一维语构，而办公桌椅的语构是空间性的三维语构。所以它的横组合关系也是按空间语构规则构成的确定的空间关系，如图 6-25 所示。由此可见，处于横组合关系中的各项基本语义单元在空间的位置配置是不能随意调换的，也就是说靠背与椅面等必须各得其所，不容互换位置使用的。

该横组合关系构成的将是人类的书写文化。这一书写文化主要地就

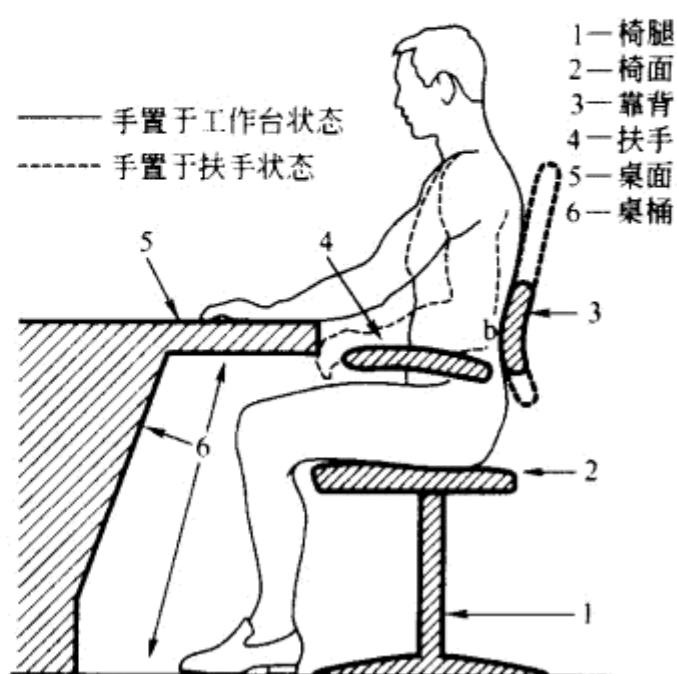


图 6-25 办公桌椅的横组合关系

是办公家具的实用功能所反映的，与这里所说的实用功能相对应的就是应有怎样的硬笔书写姿势的合理问题。也就是以办公家具的合理依托保持人体在硬笔书写时合理姿势的稳定，不仅能使使用者形成短期的舒适状态，更主要的是在长期的使用中仍能保持生理负担最小、疲劳最少、工作意欲最强的良好状态。只有这样，才能使不适于坐姿的人类在长期的、长时间的使用中能得到良好的休息而不致造成各种肢体的疾病。

为了办公家具的实用功能的实现，这就必须从脊椎形态、椎间盘受迫情况、内脏内应力情况、臀部压强分布情况以及人体完全放松时的静力平衡情况等方面来确定各单元符号的形状与倾角的大小。要求各单元符号确能由对应的人类本体感觉读得它应有的“语义”。这就要求各单元符号不仅要保证所必需的形态还要保证所必需的定量化数据。

② 符号单元的语义。对照图 6-25 的办公桌椅各符号单元，它们分别应有如下的语义。

- 椅腿。椅腿的语义主要有以下两个方面，其一是维持合适的椅面高度与倾斜度，这是物对物的关系，但间接地确保了椅面对人的极其重要的关系；其二是维持人、物系统状态的稳定，也就是当臀部在椅面上前后位置移动时重心不致移出支撑面而摔倒。所以后部必须较靠背的最后接触面更加稍稍偏后，支撑面的中心处于如图所示的基准点处。

- 椅面。椅面的语义主要有以下三个方面，其一是形成臀部的最佳体压分布（如图 6-24 所示）。其二是使大腿下侧近膝盖窝处不致受压。其三是适当的倾斜度，如图 6-23 所示的那样形成对人体的椅面切向力  $F_{wq}$ ，保持对支点 b 的力矩平衡，不致使臀部沿椅面前滑。这些语义不仅由合适的座面形状、大小与适当的硬软度等要素，并且还必须由适当的椅面高度与倾斜度这些定量化形式要素来保证。

- 靠背。靠背的语义主要有以下三个方面，其一是在 b 点形成对腰部的依托，使坐姿时的脊椎保持与自然立姿时基本一致。所以靠背的前



凸点与人体腰椎的前凹点应尽量吻合，尤其不能低于腰椎的前凹点。其二是尽量地保持工作坐姿的后仰角（由椅面的倾斜角与之相匹配）。其三是平衡背部的后靠力，减小腰部的肌肉疲劳。由此可见，靠背在维持人体S形脊椎，减少坐姿的负面作用上起到极其重要的作用。维持这一语义除了由靠背的形状之外，还必须由前凸点b离座面的高度来保证。

- 扶手。扶手的语义有二，其一是为了平衡曲臂时前臂的重力作用，以减少手臂的疲劳。其二是恰到好处地维持坐姿的沉肩姿势。减少肩颈部的肌肉疲劳。维持这一语义要素，除了形状之外，还有至为重要的扶手离座面的高度。

- 桌面。桌面的语义如下，其一是使书写面与双眼保持适当的距离。其二是使硬笔书写时恰好处于沉肩圆肘的合理姿势。所以桌面的语义是由特定的高度来实现的。这一高度对减少颈肩部肌体疾病起到极其重要的作用。

- 桌桶。桌桶的语义也有如下两点，其一是使坐姿时双脚有适当的活动空间，其二该空间还必须便于起立与坐下两种状态转换，不致撞动书桌、撞痛双腿。

综上所述，办公桌椅所有单元符号的语义的维持不仅由功能件的形状来保证，更重要的还必须由功能件的定量化的硬软、大小等尺度来保证。所以符号的能指，即形式不仅由形状决定，并且更重要的还由定量化的尺度所决定。不仅不同的形状会有不同的语义，并且不同的尺度对使用者也将诉说着不同的语义。这是与自由艺术符号的本质差异之一。

③ 符号单元的形式要素。由此可知，办公桌椅的任何一个单元符号的符号形式，既由形状这一要素决定，更重要的还由硬软、大小、倾角等作用于人体感官的定量化的要素决定。只是由于办公桌椅符号的语义是在本体感觉这一心理空间中认知的。为了形成特定的功能，也就是为了保证书写活动的合理坐姿，不仅必须由特定形状，还必须由适于使用者的特定尺度来构成其符号形式，保证其符号语义。即使符号形式的形状不变但当尺度发生改变时这些单元符号的语义都将随之而变。

那么如何来确定办公桌椅符号单元的尺度呢？一个对于西洋人体是合理的尺度，对于中国人是否也是合理的呢？一个对于成年人是合理的尺度，对于未成年的中、小学生是否也是合理的呢？当然不是！这只能根据特定的对象群体的尺度来确定桌椅的尺度。但是即使都是中国成年人，人体的各部分尺度也都因人而异。如果你是定做的家用办公桌椅的话，因为有特定的使用个人，则可以根据特定使用者的尺度来确定桌椅的尺度。但是，如果是公共办公场所，那么每张桌椅在设计制作时都没有，也不可能设定特定的使用者，所以都必须满足绝大多数的使用者（如95%或98%的多数）为目标来确定办公桌椅的尺寸。甚至即使有特定的使用者，但在同一个办公场所由于秩序美的要求也难以接受高低，乃至大小不一的办公桌。所以现代办公桌椅的设计除了家用定做的以

外，都是基于统一模数化尺度的基本考虑。因为办公椅是人体家具而办公桌是准人体家具，所以首先必须从确定办公椅的尺度开始，然后再确定办公桌的尺度。在办公桌椅尺度的确定中，人类工程学的数据与方法是其惟一的依据。

在办公椅尺度的确定中，首先根据坐姿大腿下侧至地面的高度来确定办公椅面的最高点。一般人类工程学的数据并不提供该值，往往必须在设计调查中取得该值。在确定了该值之后，为了保证坐姿时的静力平衡，椅面必须形成向后的某一倾斜度，以与腰部的前托力  $F_1$ 、工作坐姿时背部特定后仰角的后仰力  $F_2$  保持静力与力矩的平衡。所以椅面前端需高于后端  $1.5 \sim 3.0\text{cm}$ ，一般约为  $2\text{cm}$ 。在椅面确定后，就能确定椅脚的高度以及所张开的范围了，一般该范围的前沿约与椅面前沿接近，而后沿为了人体后靠、双脚前蹬时重心不致移出支撑面，一般较后仰时的背部再稍稍往后。靠背是办公椅的至为关键的部分，能否保持接近自然立姿时的躯干形态，完全取决于靠背的形状与尺寸。腰部最前凸处的高度一般在人类工程学的数据中也不直接提供，往往也必须在设计调查中取得该值。在枕肘时肘部的高度约与腰部最前凹处的高度相当，采用这一高度的扶手就能保证它应有的语义。为了让绝大部分中国人都能合适地利用所设计的办公椅，上述的数据都应取中国人体测量的平均值，即 50 百分位值。这些定量化的结果如图 6-26 所示。

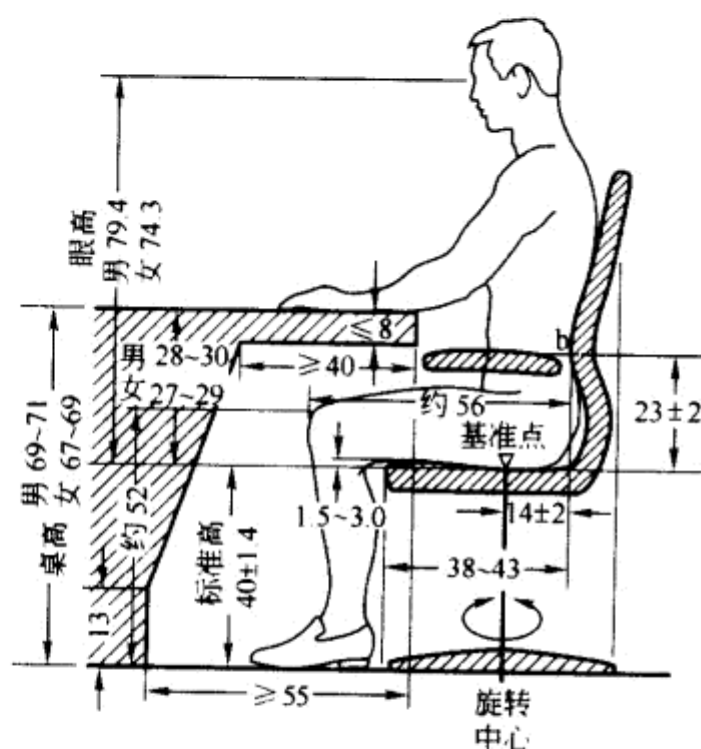


图 6-26 办公桌椅实用功能的构成

图中所示的椅面高度，稍高于人体工程学的测定数据，这是考虑了鞋底约  $2\text{cm}$  的厚度之故。椅面上的基准点则是标准工作坐姿时身体的重心之所在，椅脚的支撑面恰好以该点为中心，所以有最佳的稳定性。由于国内现行座椅的尺寸与这里所求得的数据有很大的不同，造成了与中国人体数据的不相匹配，所以才致使如前所述的近视眼与肢体疾病如此地困扰着与办公桌椅为伴的师生与所有从业人员。

之所以会造成这种后果，就其原因有二：其一是不少的设计人员都还基于自由艺术的思维，将座椅的设计仅视为是其象征价值的创造，视设计符号为视觉符号之所致；其二是错误地引用了人体工程学的的数据，如以膝盖髌骨下沿的高度代替了坐姿时大腿下沿的高度。由于前一原因，造成了如 5.2.4 节中所讲的那样，对使用者的本体感觉说着：“我要在下方顶着你的尾椎骨，在上方卡着你的肩胛骨，让你活受罪”这一狠狠的言辞。由于后一原因，竟出现以 43~46cm 为椅面高度的标准，高于中国人坐姿大腿下侧至地面的高度 4cm 以上，致使绝大多数国人坐此座椅时椅面前沿紧压大腿下侧，颇有遭受长坐抽水马桶之罪。语虽不雅，例实确当，又如何能让办公人员长时间保持稳定的坐姿呢？

对于并不精于工业设计的广大消费者而言，一张椅子究竟设计的好还是坏，又能如何根据这些理性的数据来判断？在此提供如图 6-27 所示的椅子检验的要点以供参考，不仅对消费者挑选产品，并且促进设计

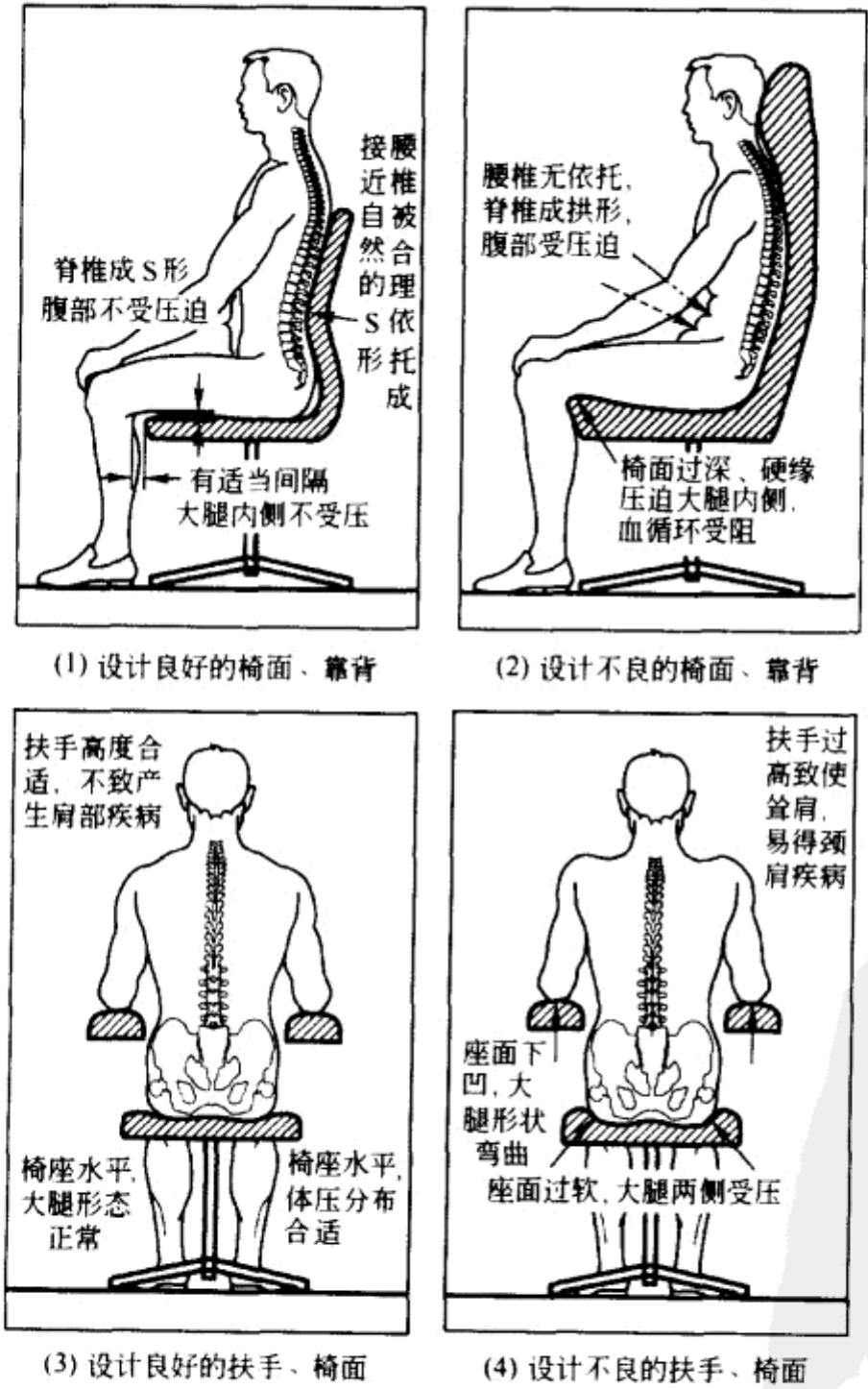


图 6-27 椅子检验的要点

师的设计都是不无裨益的。

在人体系的办公椅尺寸确定之后,人们就能根据办公椅上的坐姿来确定准人体系办公桌的尺寸了。首先就是确定办公桌的高度,以保证颈肩部的合理姿势。由于这时双肘稍稍前伸、外撑,肘部离椅面平均高度对中国男子约在28~30cm之间、女子约在27~29cm之间时能保持良好的沉肩圆肘姿态。由此就能确定桌面的高度,男子宜在69~71cm之间,女子宜在67~69cm之间。如果考虑秩序美,可选69cm的中值。在确定了桌面高度之后,就可以确定桌桶的尺度了。这时就必须根据中国人体98百分位值的数据来确定,因为只有这个数值才能保证98%的中国成年人能自如地使用与起坐。桌桶上方的桌子面板加上抽屉的厚度不超过8cm的话,98%的中国人就能自由起坐。

目前中国现行的桌子的高度标准,竟在76cm以上,这是完全没有考虑从掌竖腕平的毛笔书写文化到枕腕伸掌的硬笔书写文化的变迁以及没有与中国人体数据相匹配所得的结论。其结果就是几乎所有伴随办公桌椅工作的人们,终究不能摆脱颈肩等肢体疾病的肆虐。

笔者曾经就是一个严重的受害者,原有的办公桌也在74cm以上的高度,长年来为颈肩部的肢体疾病所困扰。每日工作2小时后,颈肩部就疼痛难耐,不得不停止工作进行颈部牵引,终日状如“上吊”。终于借迁居之机,按本人的人体尺寸对办公桌椅按上述的数据重新设计。苦于木制椅子的靠背需要制模,无法实现定做之外,办公桌让家具厂严格按照笔者的设计数据定制加工。结果是70cm的桌高、62cm的桌桶高,外购的椅子截去3.5cm的椅脚,成了41.5cm的椅面高度。从此,终于渐渐摆脱了肌体疾病的困扰,不知不觉中现在每日工作14小时以上也不再出现原来的病痛。之所以笔者定做如此的桌椅,是否因为笔者身材过低所致呢,其实恰恰相反。笔者是以180cm以上的身高,使用了椅面仅41.5cm高与桌面仅70cm高的办公桌椅。而让平均身高不及170cm的男子、平均身高不及160cm的女子使用平均椅面高度在44.5cm、平均桌面高度在76cm以上的办公家具,如何让大家不为肌体病痛所困扰呢?再不推行新的科学标准,就难以摆脱肌体病痛的纠缠!

综上所述,在办公桌椅的设计中,椅面高低与倾斜度、椅靠的形状、尺度与后仰角、扶手离座面的高度、桌面的高度、桌桶的尺度等在空间的配置就构成了办公桌椅确定性的横组合关系。它保证了办公桌椅的应有实用价值的实现。

## (2) 象征功能与纵聚合关系

家具设计的信文中除了承载有产品的实用价值之外,人们总还要在信文中追求它的主观价值,这一主观价值就是象征价值。象征价值只是符号的内涵,而内涵与风格的种种变化是不能改变它的实用价值的构成,不能改变产品信文的基本语义结构的横组合关系的。



对应于办公桌椅横组合关系中的各个语义成分，都可分别找到虽然内涵与风格不同，但外延语义完全相同的若干个由等值性符号单元构成的纵聚合关系集。当横组合关系的各个成分分别由它们所对应的纵聚合关系集中任选一项进行置换时，由这一横组合关系保证了信文的基本语义结构不变的同时，由于在纵聚合关系集中的选择不改变符号语义的情况下而产生了种种风格的变化。所以，考虑象征价值构成的可能性而总结出的符号学方法就是利用横组合关系的确定性与纵聚合关系的种种可选择性。这就像外语学习中的替换词练习一样，可在等值的纵聚合关系集中任选一项代入确定的横组合关系的同一项中，以形成相同内容、不同风格的种种话语。

所谓横组合关系的确定性就是指语构连接的关系不容随意调换。不仅办公桌椅的设计如此，一切设计对象也都如此，这就像建筑中的门是门、窗是窗，廊柱梯子不容换。所谓纵聚合关系的可选择性是指每一个符号单元都有自己的等值纵聚合集，在该集中的符号实体虽形状各异，但对于本体感觉它们的符号形式、语义完全相同。可以排他地任选一项代入对应的横组合关系中。这时因为横组合的不变关系与纵聚合关系的等值性保证了产品实用价值的不变，而在纵聚合关系集中的任意选择而形成了种种内涵与风格的变化。

所以，对于办公家具的设计而言，建立办公家具各符号单元的等值纵聚合关系集是设计师至为关键的研究。这些等值纵聚合关系集举例有如图 6-28、图 6-29 所示的单元符号。

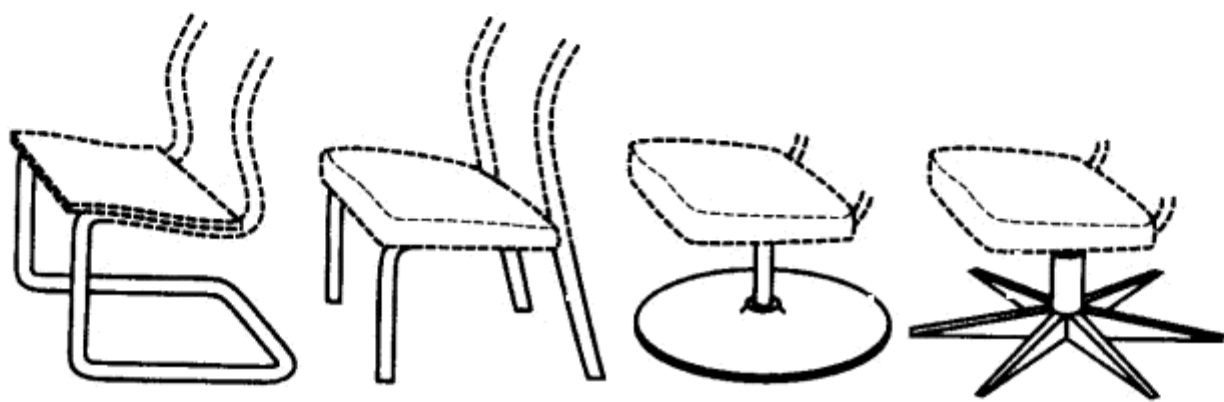


图 6-28 椅脚的纵聚合关系集

由公式 (4-1) 可知，人类群体对信文审美度的评价为  $M=O/C$ ，其中  $O$  就是秩序因素。在纵聚合关系集中各个符号单元的随意选择，将有可能引起风格的过于多样化而降低了秩序因素。随着秩序因素的降低将会使整体的审美度下降。为了整体象征价值的提高，在不同纵聚合集中的选择，必须充分注意到各部件间风格的统一性。

### 6.2.7 家具的语境

一般情况下，办公家具的各部分功能是比较明确的，所以它是基于编码规则进行解码的家具，它的语境在信文的解读中往往是多余的。这也可以从侧面断定办公家具的符号系统是一种接近规则依存型的系统。是一种以实用价值为主体的符号传达系统。

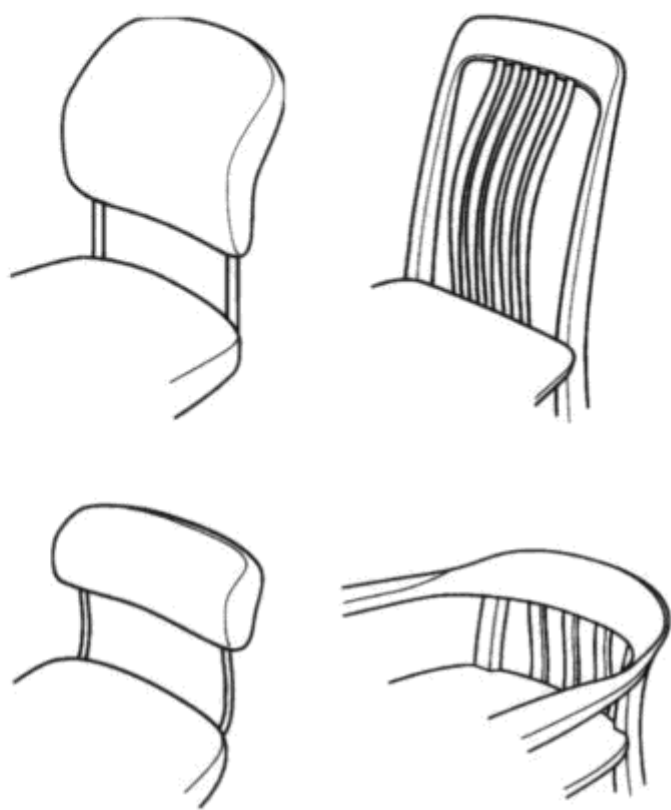


图 6-29 椅子靠背的纵聚合关系集

不过并不是一切家具系统都像办公家具一样，是以传达实用价值为其文化价值的主要方面的。多数的非办公家具，尤其是休闲家具，由于使用频度远不及办公家具，它们的实用价值就大大降低，象征价值的比重就会大大地加重。象征价值的创造除了上述的方式之外，也可能有几分像自由艺术那样一定程度摆脱固有的编码规则进行信文的构成。如图 6-30 所示的一种躺椅就是这样的一种构成，它不再像办公椅子那样有椅面、椅脚与靠背等分节的可能。所以对这种信文的解读，就无法利用前述的编码规则进行解码了。对这种产品信文文化价值的重建，就只能依赖于语境。所以这类家具系统中，语境将在解码中起到重要作用。

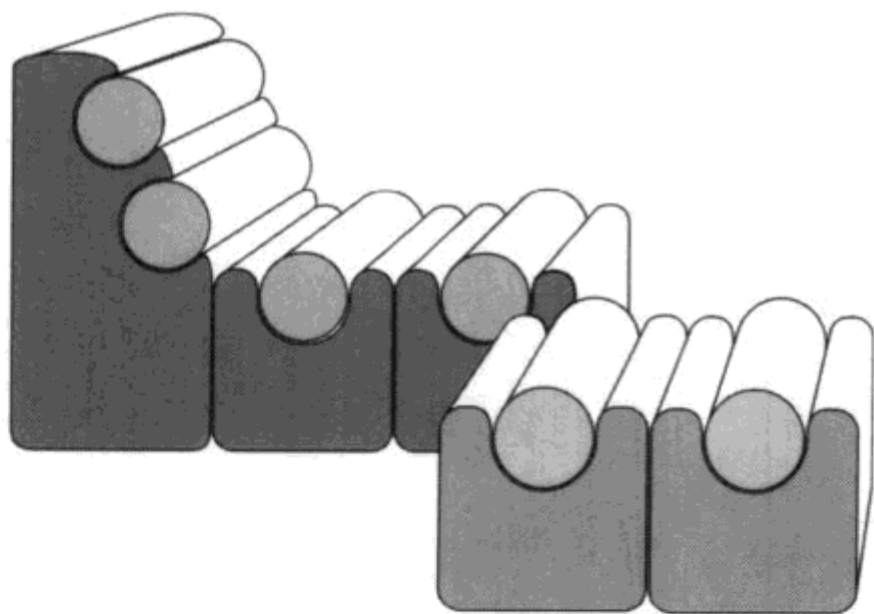


图 6-30 语境起重要作用的家具

所谓家具的语境是指客观上所形成的人、物系统运作的情景。这种语境在信文的解读中可对符号系统不严密的编码规则作出补充。

## 6.2.8 办公家具的信道媒体

办公家具传达过程的信道当然也是信文复制与传送通道，它关系到产品的批量复制与销售渠道。本来对符号学来说是没有太多意义的符号实体在信道中就具有了重要的意义。因为，符号实体的不同就有构成符号的材料的不同，就有对该材料加工成型的技术的不同，就有成形后符号形式的不同。

以办公家具为例，是木制家具、铁木家具、还是塑料家具，因为材料的不同，就有不同的成形特点。即使是相同的木制家具，是材木家具、合板家具、还是曲木家具，因为加工工艺的不同，也有不同的成形特点。即使成形特点有再大的不同，作为办公家具的实用价值是不容改变的，因为这是设计之所以成立的前提。但是，家具的象征价值则往往因此而有很大的改变。因为实用价值是符号实体在本体感觉为主的心理空间中所认知的，它所认知的只是与人体相关的关系。而象征价值则是这种实用价值与维持它的符号形式在以视觉为主的心理空间中所认知的，所以在功能的等值纵聚合关系集中有各种不同的视觉表现。

如图 6-31、图 6-32 与图 6-33 所示的座椅分别列举了塑料制的座椅、金属带软垫的座椅与木制的座椅，它们之间所用的材料是互不相同的，当然也带来工艺的不同。而它们的椅面高度、椅面倾斜度、椅面深度、靠背最凸点离座面的距离以及该点上方的曲面弧度分别都完全相同，它们的实用价值也完全相同是不言而喻的。但是不同的材料会给形态的塑

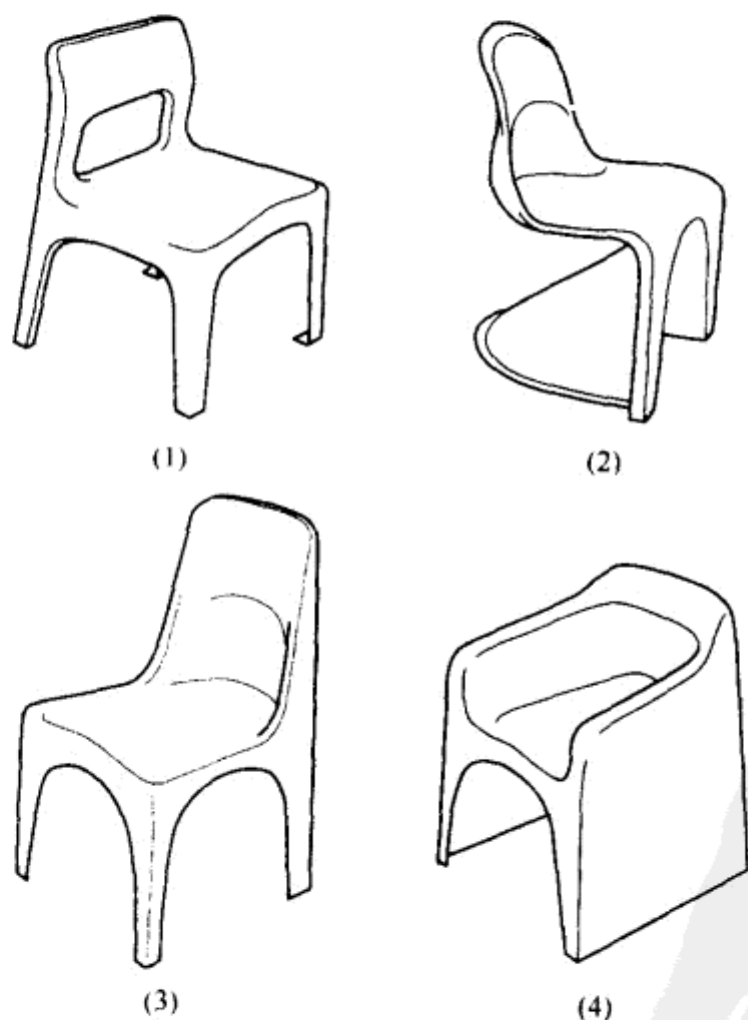


图 6-31 塑料座椅举例

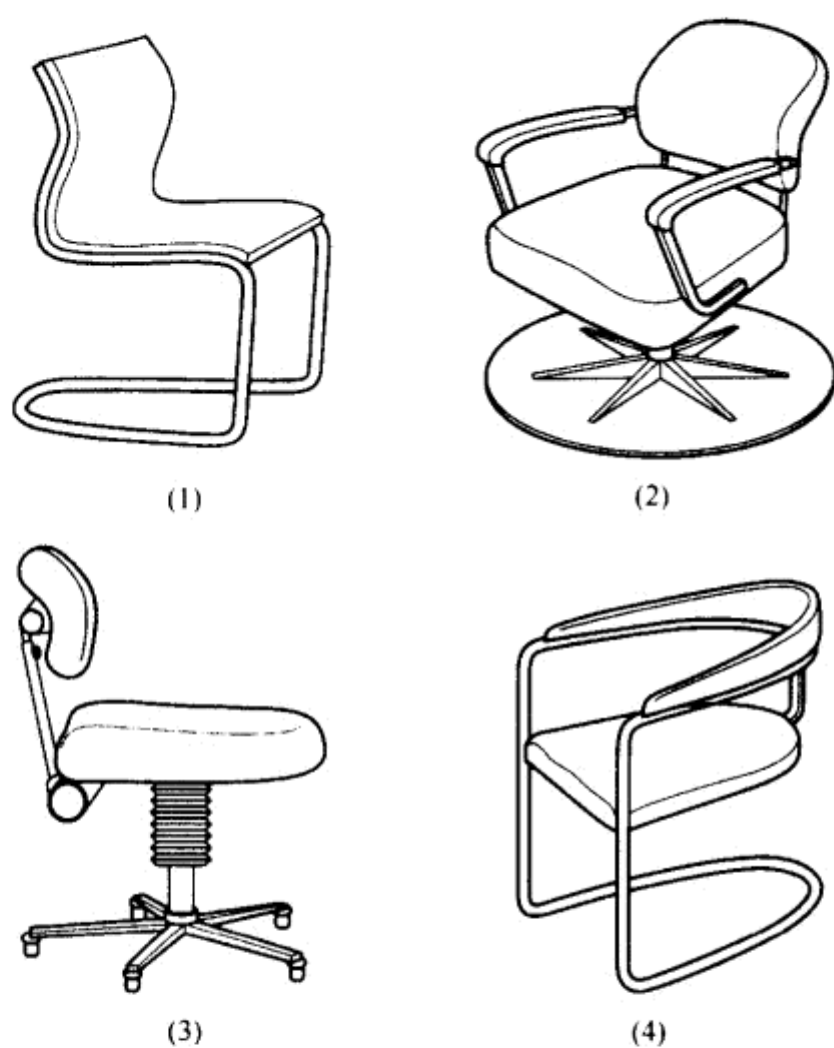


图 6-32 金属带软垫的座椅举例

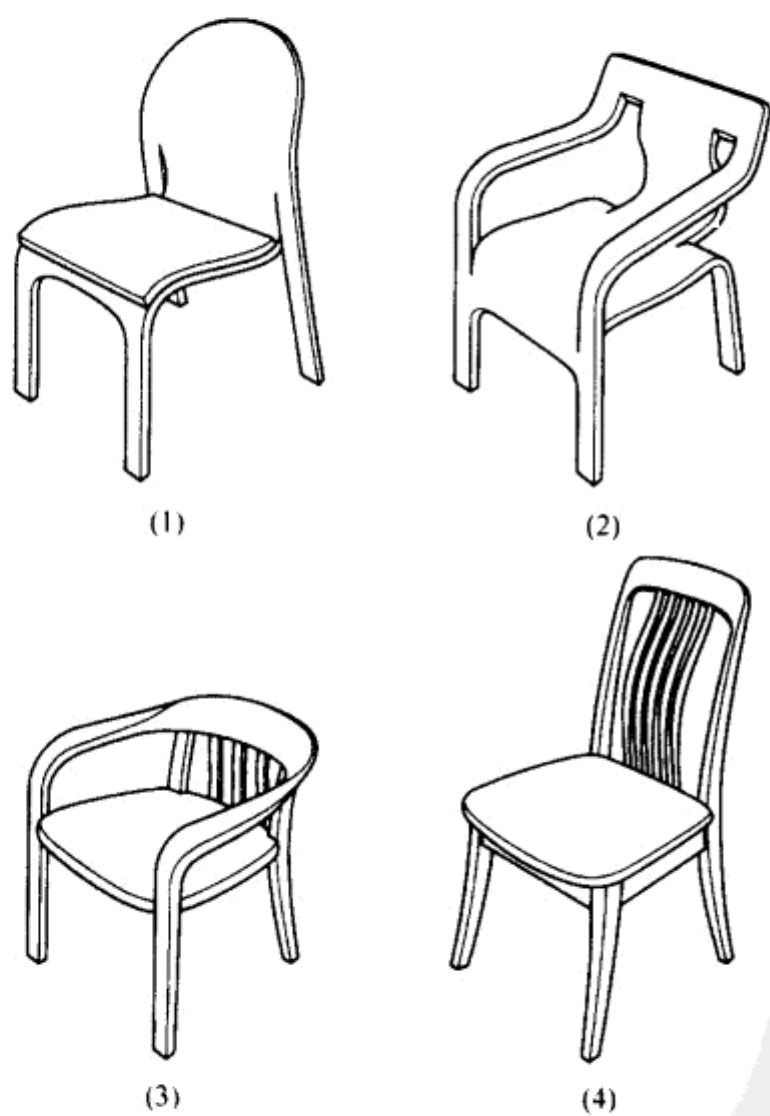


图 6-33 木制座椅举例



造带来很大的影响，由图可知它们的象征价值却各不相同也是显而易见的。

又如图 6-33 所示的座椅即使它们的材料都是木材，但是它们所用的工艺互不相同。其中（1）与（2）是由厚层压板的曲木工艺制作而成，而（3）与（4）则由材木制作而成。已如前所述它们实用价值是完全相同，但是当所用的工艺不同时也会给形态的塑造带来很大的影响，所以它们的象征价值也将互不相同。

综上所述，信道的不同就将带来材料的不同与工艺的不同，而不论材料的不同或工艺的不同都将给形态的塑造带来影响，虽然不能改变实用价值的创造，但是它们都将很大程度地影响到象征价值的创造。或者换句话说，不论是材料或工艺，都将极大地影响到形态的塑造，所以在设计之初就应明白将要采用的材料与工艺，只有这样才有可能塑造应有的形态。一位不了解材料与工艺的人，实际上是根本不可能成为一名真正的设计师的。

### 6.3 若干设计思维的再认识

不少人都在探讨着产品的文化问题，也可见文化问题是设计的一个重要的课题。本节中就将就产品中的文化问题进行探讨。不少人也还在探讨着设计的编码规则问题，认为如果设计的信文构成都给严密的规则死死捆住的话，那设计的创造还从何谈起呢？可见设计的规则问题也是设计的一个必须弄清的问题。所以本节还将就产品设计中的规则与创造的问题进行探讨。不少人还在议论着工业设计师是怎样的人群，因为怎样的人就办怎样的事。为了办好工业设计的事就必须培养合适的人。本节中还将就工业设计师是怎样的人进行探讨。

#### 6.3.1 产品中文化价值的创造

很多人都在议论着在工业设计中有没有文化价值的创造，它应当有怎样的文化价值的创造？一次一位朋友告诉笔者他的一位从事工业设计教育的朋友就非常重视产品设计中的文化价值的创造问题。他的好友对他说：“应充分发挥设计的文化价值，把产品与提高人们的精神文化素养、陶冶情操的目标结合起来，以满足人们日益增长的物质与文化的需要。”从表面看这应该说是非常正确的提法，但是透过表面深入分析的话，还不免会在其中发现一些对文化的认识问题值得进一步的探讨。不然仍将导致设计发展道路的偏差。

不难发现，首先他所认为的文化只是一种精神文化，似乎物质的创造就不是文化。所以才有将物质与文化并列起来，提出要“满足物质与文化的需要”之说。殊不知设计中所谓文化，其本身就不仅包括精神性文化，并且首先还包括更本质的物质性文化这样的两个方面。在第 5 章中也已经分析了产品设计中将要创造的文化价值就既有实用价值，又有象征价值，而其中功能这一实用价值就是一种了不起的物质性文化。同

时在产品设计中这种把物质与文化对立了起来的提法，即使文化本身的概念变得不完整、变得朦胧，进而还将物质的创造从文化中排斥出去，从而使信文中的精神性文化与物质性文化被相互割裂。并且还会产生它们两者是分别拥有各自独立的客体的误解，殊不知在产品中物质性文化的一面主要的就是产品信文的外延层面，也就是它的实用价值，而精神性文化的一面就是产品信文的内涵层面，也就是它的象征价值。而产品的内涵只是对实用价值与其载体的信文形式双面体的一种主观价值而已。正因为把产品的外延与内涵独立了起来，就会把它们视为各具独立客体，所以还会进一步引发以下的种种模糊认识。

#### (1) 太极言说了什么

一次到某校参观，在该校学生优秀作品展示馆中听到了这样的介绍：“电视机是现代高科技的产物，但是这样的产品能否与中国传统文化相结合呢？为了探讨这种结合，本校学生设计了这样一台电视机。……”现在已经记忆不清了，不过具体的到底是怎样的一种形式并不重要，假定当时看到的就算是如图 6-34 所示的电视机吧。在机壳上端面出现了如图所示的一个错层，半高半低，从顶面看去一个太极浮现在眼前。笔者当时脑海中一下子迸出一连串的问题：这个太极作为一个符号，到底要向人们诉说些什么呢？这个太极所在的机壳本身的意义又是什么呢？出现了错层之后的机壳本身的语义是否有所改变呢？并且带有太极的机壳在电视机这一总体信文（产品）中，它是否说了恰到好处的“话”呢？如果太极是合适的话，那么八卦呢……？

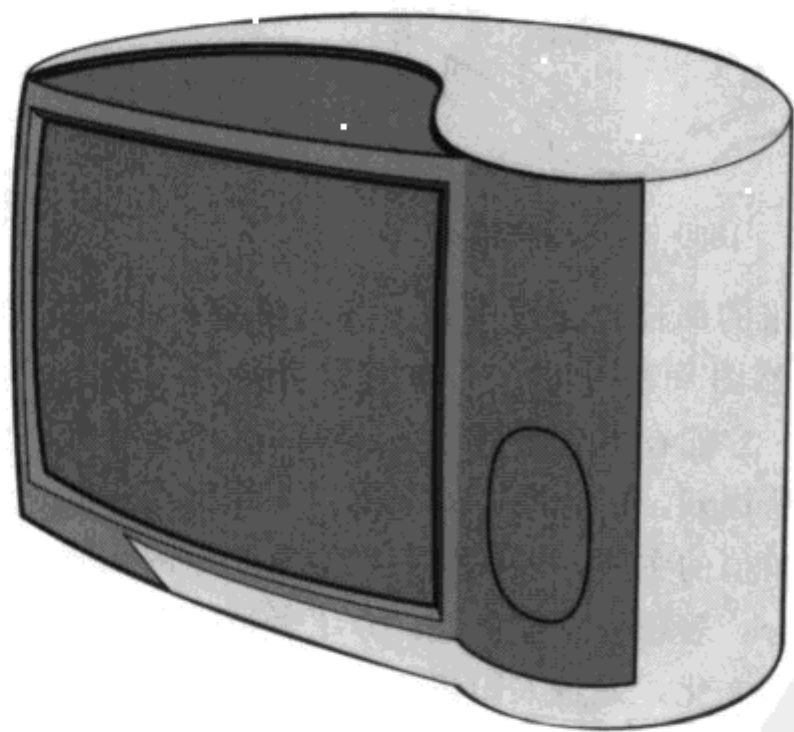


图 6-34 有太极顶壳的电视机

这一设计毕竟还是出现在中国工业设计的早期，当时这种倾向也是有其必然性。并且这也只是一种直觉而已，也没有把这一连串的问题诉之语言。但是，这是一个带有极其普遍意义的问题，因此到了今天对它作出正确的认识已是非常有必要的了。人们都说设计是语言，那么太极

也好、八卦也好，它们作为一个被使用的符号（词语）都有自己特定的所指（语义）。具有这种所指的符号突然出现在电视机的机壳符号上，既改变了机壳原有的以光洁平整的外壳收容壳内高低起伏杂乱组件的部分功能（语义），又与机壳原有的语义没有任何联系。而出现在整体的信文之中，就像正沉浸在充满激情的贝多芬“英雄”的演奏中突然听到插入的几句委婉哀怨的“二泉映月”。尽管它们都是中西音乐中的极品，但它们这样地凑合在一个曲子中却显得那样的风马牛不相及，可说近乎“语无伦次”。一个与电视机的综合语义结构完全无关的内容，粘贴在电视机这一信文上，当然也会出现类似的情况。这不能不令人想起于 1850 年制造的，如图 6-35 所示的粘贴于雕刻机上的种种装饰有着几分异曲同工。



图 6-35 1850 年设计的雕刻机

正如现代西方设计界所主张的那样，设计中的装饰之风早在 19 世纪末就已被设计界所唾弃。虽然图 6-35 中的装饰非常过分，但与本书所说的太极问题只有量的不同。它们在本质上都是在原有的客体上增加了不属于该外延的新客体。众所周知，作为产品的文化，有外延与内涵两个层面。外延形成的是文化价值的主体，表现为实用价值，而内涵则形成的是文化价值中的附加成分，表现为象征价值。介绍者虽没有言明他所说的是哪种文化，是怎样的文化，但是人们该知道产品中的文化价值是一个整体，而他所指的只能是一种象征文化也是明白无疑的。人们知道作为符号的内涵并没有独立的客体，而只是对有确定外延语义的符号的一种主观价值。如用语言符号来比喻的话，只是一个符号的暗示义而已，它并不存在独立于明示义上的新客体。所以不是用一种独立于外延的装饰客体来实现的。并且追加一个新的客体必然要改变原有的明示义，即原有的实用价值。这种改变会是合适的吗？

工业设计的先行者们早就给人们指出：“应使设计目标明确、表现简洁、形式服从于功能并提示功能”；“应致力于发挥材料与工艺的固有美”的至理名言。也正如美国设计教育家范·多伦所指出的：“设计的良好形态只是功能、材料与工艺的合乎逻辑的综合结果”。人们所见到的世界设计大师们的作品也是那样的简洁、练达，对于它们的功能也绝没有任何多余的装饰，堪称楷模。而任何多余的装饰不仅有碍于功能的发挥或许还有碍于材料、工艺固有美的发挥，甚至就像上述的例子一样还会不同程度地提高产品的成本，是不能不令人深思的。

## (2) 曲高和寡行吗

有一次一位研究生曾和笔者谈起了与上面相同的问题。并带着疑问征求笔者对如下问题的看法。据说与上例相似，也是有人提出在电视机的设计中要走出一条与中国民族文化相结合的道路。笔者认为这是值得额手称庆的好事，也该是一条必由之路。但他给笔者画出了如图 6-36 左侧所示的示意图，用对称的曲线分别置于电视机屏幕框的左右两侧来象征民族文化。据称该作者还为这曲线写了一篇论文，言称这是在京剧脸谱中得到的启示。笔者没有见到这篇文章，也没有见到图，不知其详、不知其真实性如何。那就姑且作这样的假定吧！但这个问题与前面的问题一样，这里反映出的也是一个带普遍意义的问题。是一个非常值得探讨的问题。笔者就基于这位研究生的说法，来说明这一问题。

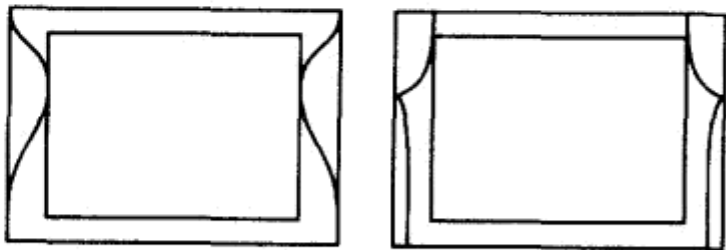


图 6-36 京剧脸谱与电视机

不知读者在接触这样的设计后，能否在这两根曲线中读取有关华夏民族文化的什么含义？至少笔者不能，提出质疑的那位研究生当然也不能。但即使有了论文为之作注，也还是令人费解的吧。那么究竟与民族文化相结合应该遵循一条怎样的道路呢，值得大家的探索与思考。至少有以下两个问题值得思索。

其一，不论精确的曲线如何，这都无所谓。就假定如图所见的那样，它是一种基于类比的符号也是无可怀疑的。所以这种符号的语义是不确切的、多义的，也是毋庸置疑的。如将它作为一种自由艺术的语言，那么由这种性质的符号构成的信文就能唤起众人的积极参与。并将因人而异地产生无穷的联想、无穷的意指内容。这正是自由艺术的符号学特点、艺术美的审美特点，也是艺术美的魅力之所在。但是，设计信文的符号功能是以文化价值的传达为目的的，只有让使用者“领情”，才不至于使设计师煞费苦心的高曲落得个无人相和。其实，早在图 5-10 中就已阐明，设计师的言语只能通过使用者群体的语言（设计符号规



则)来言说的。不然,必定落得个曲高和寡,白费心。

其二,即使有人“领情”将之认知为京剧脸谱,但也存在与上一个例子中相似的问题,它在电视机这一信文(产品)中是否说了它该说的“话”呢?它所表达的语义与电视机这一信文有什么关联呢?笔者玩笑地对他说,与其脸谱不如改这条曲线为如图右侧所示的曲线,还有几分类似开启了幕的舞台,因为电视机屏幕不就可解释为是一个人生的微缩舞台吗?或许会有更多的人能联想到它能象征一个开启的舞台吧。虽说是笑话笔者也不会如此去做,但至少这条曲线还不至于说出与信文整体语义太风马牛不相及的内容。

这两点都说明了这样一个事实:设计的思维不同于自由艺术思维,自由艺术就像是个谜语为了唤起人们的广泛参与,所以不妨在观众之中产生无穷的猜想;而设计则是为了广大潜在消费者的广泛的理解,所希望的是让最广大的潜在消费者都能成为产品的知音,都能成为产品的购买者、使用者。

### (3) 产品象征文化的创造

自从工业设计引进中国以来,就把设计单纯地视为产品的造型。于是人们就迷茫了:产品设计究竟要做什么,难道就只是一种造型、只是一种单纯的形式美吗?产品设计作为一种符号系统究竟有怎样的文化价值,究竟要向使用者诉说些什么,难道就只是一种象征价值吗?象征价值的创造又靠什么,难道只能靠追加与自身功能完全无关的外饰吗?

符号学告诉人们,自由艺术的活动是一种刚处于形成过程中,但尚未形成系统的符号过程。而产品的符号是一种已有语义学规则的成熟的符号系统。所以产品设计不仅仅是从产品形式中产生主观价值的形式美的创造,不是单纯的造型。产品设计作为符号的传达是一种成熟符号系统的传达,是蕴涵于产品之中的复杂结构的语义的传达。产品信文的语义就是以产品实用价值为主体的文化价值,产品符号的功能就是要让这一文化价值实现对收信人的如期驱动。而产品的象征价值是对产品实用价值,以及产生该价值的产品信文相结合的双面体的,基于审美主体心理认知的主观价值。也就是产生相同外延语义信文的内涵语义。就如图3-8与图5-11中已反复说明了的那样,内涵只是对符号外延整体(外延功能与信文形式的结合体)的一种主观价值,并不是指在外延符号上追加的新符号、新词语。由此可知,对象征价值的形成是不能依赖于与自身功能无关的外饰的方式来实现的。因为只要追加了外饰这种新的符号,它就有可能改变原有的外延功能。用语言来比方的话,使用外饰就可能出现与通篇话语语义结构不符的、风马牛不相及的新词语。这样就有可能改变了原有的外延语义结构,使言说沦为语无伦次。设计也是语言,当然也毫不例外。所以象征价值的创造只能在外延功能相同,而内涵功能不同的众多“变形形式”中去选择,寻找象征价值合适的新形式去置换原有的符号形式而已。

而以上两节中所说的与产品相结合的民族文化，就是指产品的象征价值。正因为象征价值是内涵，所以它就没有独立的客体，只是对外延与其客体的一种主观价值。这儿所说的民族文化当然是指经过长期的历史、文化积淀的产物，也就是指在长期的历史中已被反复应用于各种产品中的，已被规则化为准编码了的内涵语义。所以，在产品中创造与民族文化的结合，就是寻找具有相同外延语义而有不同内涵语义，并符合这种准编码规则的新形式，而不是在原有形式上添加新符号而改变了原有的外延语义。

至此可以明白，为了创造特定的象征价值，首先就要对产品这一信文进行分节，寻找出具有独立语义的“符号单元”。然后就是建立这些具有独立语义符号单元的、等值符号集，尽一切可能地确立内涵语义的准编码。在这一过程中，分节后的各符号单元的空间排列关系就是所谓的横组合关系，而这种语义等值的符号集就是所谓的纵聚合关系。

#### (4) 横组合与纵聚合的作用

如何利用横组合关系与纵聚合关系，才能找到一条与民族文化相结合的道路？如上一章图 5-14 所示那样，一个言语的横组合关系是一种语构性联结关系，它取决于符号的语构学规则。在一定的表述（外延功能）中这种横组合关系是确定的，而其中的各个组成成分是可以相对应的各个等值性纵聚合关系中任意选择的。只要纵聚合关系聚合了外延语义相同的等值性符号，那么在这种纵聚合关系中的选择、置换，就可能构成外延语义结构不变而内涵语义不同的种种信文。

图 6-37 所示的就是在这类纵聚合关系中选取的能反映民族文化特征的符号单元构成的电视机一例。只要对照图 5-14 就可知道它完全没有改变其中的横组合关系，只是在由 1~5 的各组成成分的等值性纵聚合关系中根据主观判断选择能反映民族传统文化特征的符号单元而已。如图 6-37 中的 1 也同样是功能完全相同的一个画框，但与内口是斜面的西洋式画框不同，它选用了半圆柱截面的中国传统画框的形式；又如图中的 4 同样是功能相同的一个通风散热窗，但与源自百叶窗的西洋样式不同，它选用了中国传统的一种花窗样式；又如图中的 5，采用的是虚指示物，将扬声器网板压成了云纹，构成支架形式置于基座。凡此等等，在直接诉说着它相同的外延语义的同时，还在用中国传统文化样式诉说着象征民族文化的象征语义。

但这并非是它的惟一的选择，因为这种特定语义的民族传统文化的符号单元比比皆是，只要人们用心去寻找、去发掘出这些只有内涵不同的符号，并构筑出一个个可供选择的等值性纵聚合关系。以通风散热窗为例，还可以有如图 6-38 所示的种种形式，都能纳入该纵聚合关系中。所以对不同外延语义的各种纵聚合关系集的建立是作为一名设计师极为重要的基础研究工作。

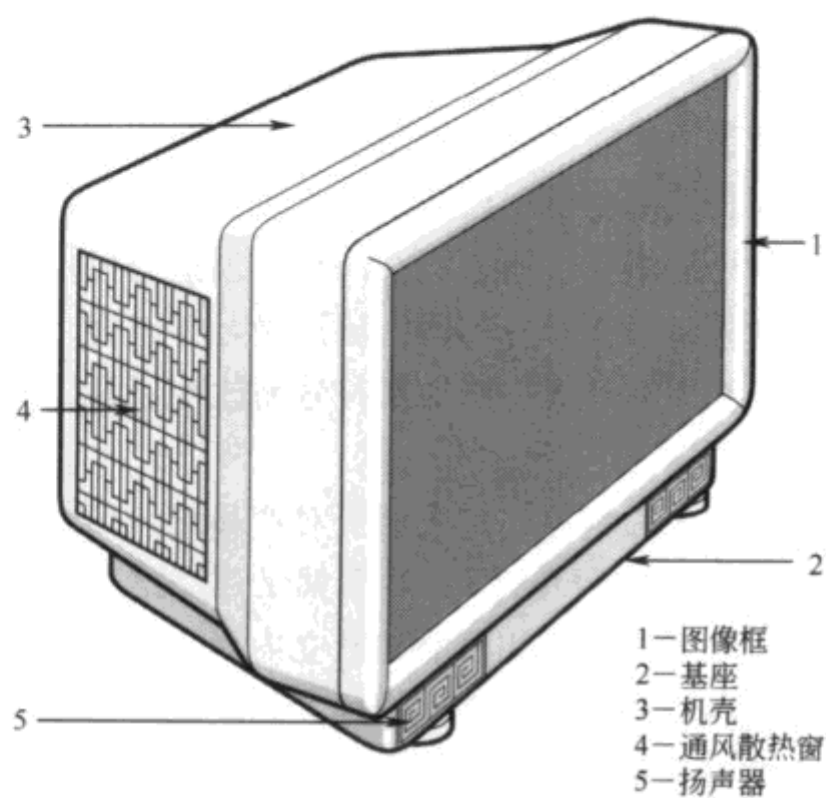


图 6-37 电视机的横组合

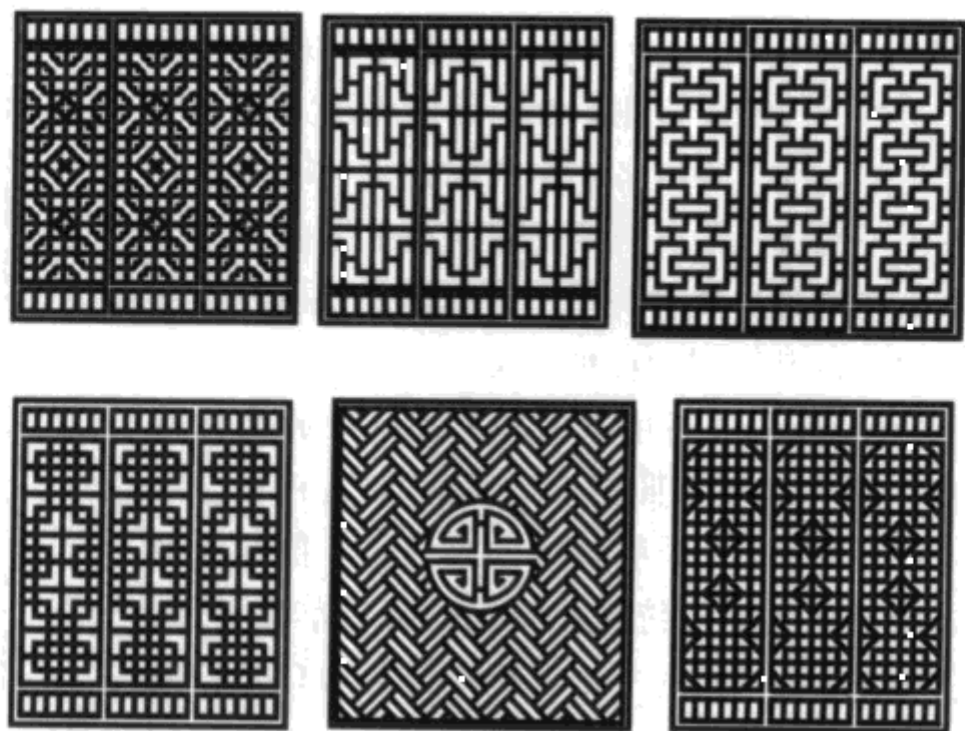


图 6-38 电视机散热窗的纵聚合关系

6.3.2 规则的严密性与创造的丰富性

(1) 语言中的现象

记得在阐述设计的规则性时往往一再遭到的反驳，如果设计都被种种严密的规律死死捆住之后，还谈什么设计的创造呢？这种反驳并不是个别现象，而是一个普遍性的认识问题。这往往也是一个用自由艺术的形象思维来看待设计的问题。

大家几乎都异口同声地一再说设计是语言，如以符号学的视点来看，它是符号、也的确是“语言”。那么在语言中会出现上述的问题吗？人们会因为被语言中的严密规则（语义学规则与语构学规则）捆死之后，真的大家都只能说着相同的话了吗？

一个婴儿他不受任何语言的规则制约，但他能说出丰富的话语吗？一个幼儿，他掌握了不多的语言规则，也就是说他被不太多的语言规则所制约，那么他是否比婴儿表达的可能性更差，而比成人的要丰富得多？照此推理，一位文学家他掌握的语言规则最多，他掌握了最多的词汇、最多的语构，难道他就只能说惟一的一句话语？而事实恰恰相反，你掌握的规则越多，你表达的可能性更加丰富。之所以会得出如上所说的与事实恰恰相反的结论是由于人们混淆了两个非常重要的符号学概念，也就是语言与言语的二分法概念。

在第3章中就总结了语言与言语的关系，所谓语言就是指一个整体的系统，一个由制约它的全部规则构成的系统，一个社会约定俗成的意义系统、价值系统。像汉语就是这样一种系统，它是由制约它的全部规则构成的系统，这些规则就是汉语的语义学（词汇学）规则与语构学（语法）规则。每个使用这种系统进行语言交流的人们，就必须在使用中共同遵循这些规则，并且，还必须遵循它的全部规则。这样的汉语真可谓用它的严密规则把每个使用汉语的人捆得够“死”了，因为它还是一种抵制来自任何一个个人的任意改变的、社会契约性的意义、价值系统。但是每个使用汉语进行交流的人是否就只能说着同一句话呢？人们所看到的是，当你还是一个不太掌握这些规则的幼儿时，你能说的只能是很少的几句话。当你在学习中逐渐掌握了更多的规则时，你的言语也同时变得丰富了。因为人们进行交流时所说的不是语言，而是言语。

人们所说的言语，它基本上是一种个人的、有选择性的、现实性的交流行为。它才是言说者主体依赖于运用语言的规则来表达个人广义信息的、有选择的语言编码规则的集合，一种现实的、有选择的个人化的规则。在进行言说时不仅有个人“遣词”的习惯，就是说有对语义学规则选择的习惯；还有个人“造句”的习惯，就是说有对语构学规则选择的习惯；还有个人在发音上诸如声音的高低、快慢与音色等符号实体不同的特点。这些总和就构成了所谓的言语，但这些都不可能改变社会的约定俗成以及由之产生的意义系统本身，也就是汉语的本身。

## （2）设计是规则支配下的创造

设计是符号也是语言，因为它也是一个有语义学规则的成熟的符号系统。所以它也就与汉语一样是一个由制约它的全部规则构成的系统，这些规则就是设计的语义学规则与语构学规则。每一位从事设计传达活动的设计师都必须共同遵循它的全部规则。设计中的每一个信文，就是遵循这些规则所进行的“言说”，它不仅有言说内容的不同，会有个人“遣词造句”的习惯的不同，还会有个人在符号使用中对形式认知的不同。所以设计活动也将与语言使用一样随着人们对设计符号规则的更多掌握，人们也就有了更丰富地表达设计作品的更多的自由。相反，如果人们对设计的符号规则全然无知或知之甚少，那么在设计中也就只能像婴幼儿说汉语那样不是颠三倒四、就是语无伦次，根本就无法实现既对



实用价值又对象征价值的忠实地传达。如果人们对设计的符号规则一无所知，那么人们就不得不另投门户，或许能成为一名出色的自由艺术家。就像达里一样创造着诸如图 6-39 所示的《内乱的预感》那种几乎没有符号规则可言的信文。



图 6-39 达里《内乱的预感》

之所以会出现这种与客观事实截然相反的想法，也正是出于自由艺术的思维。因为自由艺术才是一种完全没有规则的，并不传达的“传达系统”，是一种收信人主体性的“传达”。在自由艺术中并不是为了信息的忠实传达，以唤起收信人的理解，而是为了唤起收信人的共同参与。如果给自由艺术也套上这种种规则，那它就失去了一切自由。也就再也无法唤起收信人对信息再创造的任何可能。至此，不得不使人又一次地想起美国设计教育家范·多伦所说的话。虽说有几分刺耳，但却使人叹服于他的论断。正因为如此，也就不得不激励每个人为了设计事业，都得花上千倍的努力去掌握人们对它尚缺乏了解的设计的种种规则，以在设计中从一个“必然王国”步向一个“自由王国”。

### (3) 设计师是怎样的人

那么设计师究竟应该是怎样的一群人？这也不能不说是一个常被人所论及的问题。

设计师像工程师，但他又不是工程师。设计师也像艺术家，但他也不是自由艺术家。设计师就是设计师，因为他们是造物艺术家。设计师有属于设计师的思维模式，有属于设计师的工作方式。作为造物艺术家的设计师既创造“用”，也创造“美”。他所创造的“用”不是工程师所创造的“用”，他所创造的“美”也不是自由艺术家所创造的“美”。设计师是所造之物的“建筑师”，而不是所造之物的“粉刷匠”。工业设计师是工业产品的“建筑师”，而不是工业产品的“粉刷匠”。但是很多人会说，你不看看像手机的设计，工业设计师不就换换彩色机盖吗？这还

确实是中国一时的现状。但是，都如此的话，那么第一台手机由谁来创造？都如此的话，那么由谁来改变国人刀耕火种的过去，由谁来创造人们能上九天揽月、能下五洋捉鳖的今天？近年来使国人的生活方式大变的种种产品中，有多少产品是中国人的首创？遗憾的是促使我们生活方式大变的绝大部分的创造都是外国人为中国人提供的。作为中国设计师能让这种现象长此以往，能让这种思维长此以往？一个不想改变这种现状的设计师是没有作为的设计师！

设计师所创造的是一个产品的完整文化价值，在这个文化价值中既有其主体成分的实用价值，又有其附加成分的象征价值。既不能有一刻忘了设计师所创造的文化价值中是以实用价值为主体成分的，但也不能有一刻忘了设计师的创造并不是单纯的实用价值的创造，更不是单纯的所造之物自身的可用性而已。设计师所创造的文化价值中还有象征价值的附加成分，但它不是如所想像的那样可以与实用价值分家，或者说与工程师各行其是，你管你的实用价值，我管我的象征价值。结果，你是工程师，而我又成了什么了呢？在本节中已明确象征价值并没有另外新的客体可以粘贴在实用价值的躯体上，其本身就是对实用价值及其载体的主观价值而已。设计师是在设计了实用价值的同时也创造了象征价值。

在工艺美术的时代工艺美术师就已以既创造物的“用”，也创造物的“美”为己任。甚至都还出现过“用”即是“美”的美学思想，但为什么现代的工业设计师中还有那么多人总想把“用”排除在己任之外？为什么连功能（用）、材料、工艺技术三者有机综合基础上的感性显现的技术美这一审美意识的建立竟是如此艰难。这不能不说是人们在教育中所奠定的基础的偏颇。不能不说是工程技术人员对工业设计的漠不关心，不能不说是自由艺术家既不想改造自己固有的知识结构又顽强地将固有思维带入工业设计的结果。

#### （4）工业设计创造了现代艺术

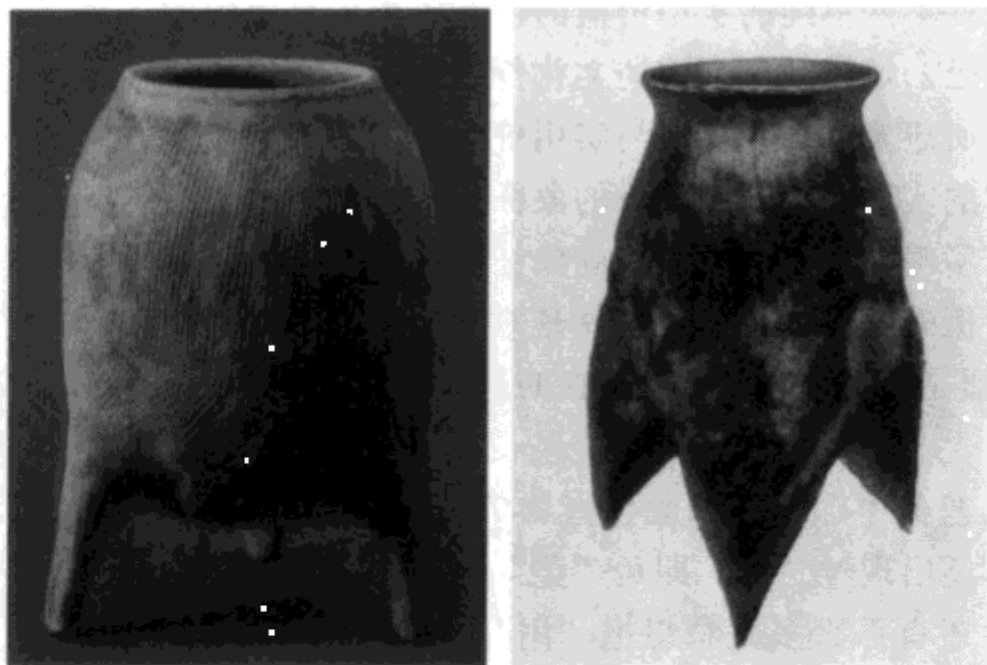
工业化中最初诞生的蒸汽机车人们认为是美的，因为它不仅具有庞大身躯的形象性；还有伴随着撕破长空的巨大吼鸣声中所表现出的那种无比力量的感染性；它还有无可比拟的重要社会功能的社会性以及使人耳目一新的新颖性。正因为有了对这种机车的现实美（技术美）的认识才有了法籍瑞士音乐家奥涅盖尔的，巧妙地组合利用各种不和谐的工业化噪声的“太平洋 231 号机车”这一重要的现代音乐作品的诞生。

同样，工业化中所出现的桁架结构从上述四方面特点来观察，人们也认为它是美的，才出现了作为巴黎都市标志的，当时是毫无功能可言的爱菲尔铁塔这一作品。现代艺术中的艺术美，它只是工业化中所形成的技术美在人们思想意识中的一种反映。所以只能说技术美是现代艺术美的源泉，而绝不是现代美术中的艺术美是工业产品的技术美的源泉。后者正是颠倒了客观存在的第一性与思想意识的第二性的关系。

## 6.4 传统设计对象象征价值的再认识

### 6.4.1 鼎与鬲孰美孰丑

不少人认为，产品设计所创造的美只是一种形式美。如果的确是那样的话，那么如图 6-40 所示的陶鼎与陶鬲的哪个形式是美的呢？陶鼎是由三根实心的细脚构成，而陶鬲则是由三根空心的胖腿组成。在形式上到底细脚的美呢，还是胖腿的美？如果细脚是美的话，那么陶鼎是美的，而陶鬲就是不美的了。相反，如果胖腿是美的话，那么陶鬲就是美的，而陶鼎就是不美的。这样说来古人为什么总是要创造一种是美的，而另一种是丑的呢？



(1) 陶鼎

(2) 陶鬲

图 6-40 陶鼎与陶鬲

持这样看法的人就根本没有把烧制陶鼎或陶鬲之类的活动视为是对一种有用之物的塑造，忘了有造物艺术与造型艺术之区分。因为造型艺术的美是一种艺术美，乃至在纯艺术中是一种形式美，而造物艺术之美是一种技术美。这两种美分属于两种完全不同类型，作为艺术美，尤其是形式美可以没有任何功利性，而技术美是以功利性的存在为前提的。故在工艺美术中曾有过“用”即是美的美学思想。因为功利性是设计信文的外延，是唤起良好使用感情的根本，它也是产生对产品良好主观价值的根本，也就是形成主观价值组成之一的审美价值的根本。对一件有用之物的审美活动在还不知其所用时，往往还多多少少只知其形式之美。但当即物之后就会因其功利性的优劣而建立起不同的使用感情，之后这种感情将极大程度地左右了审美的欢愉。就像俗语所说：“情人眼里出西施”那样，对一件有很高的实用价值的产品，人们就能对它建立起深厚的使用感情，而一件实用价值极差，在使用中只有烦心的产品你还会给它以很高的主观价值吗？所以说技术美首先就是功能美。

在回顾古人的伟大创造中发现，陶鼎是烧煮可能被固化食物的“锅

灶”。为了能方便地除去被固化的锅巴，不影响良好的热交换效率，古人把陶鼎做成了内壁没有坑坑洼洼的、光洁齐整的曲面。所以实心的细脚就成了必然。陶鬲却是烧煮不会固化的汤水之类的“锅灶”。为了进一步提高热交换效率，古人把它设计成了空心的胖腿，成倍地增加了热交换面积。既节约了能源，又加速了热容量极高的汤水的沸腾。古人的奇思妙想不能不令人叹服，惊叹早在近 7000 年前半坡型仰韶文化中就有如此伟大的文化创造。真可谓美哉吾中华文化！

有人说，既然在陶鬲中出如此的奇思妙想，为什么胖腿不也用到陶鼎中去呢？如果空心胖腿的鬲也用来烧肉的话，没几次就在胖腿中塞满了烧焦了的绝热的炭了，还谈什么提高热交换效率呢？所以说，不论胖腿的陶鬲或细脚的陶鼎都是美的。这正是功能的不同而出现的形式的不同，而象征价值正是对功能与形式结合的双面体的主观价值，如没有形式与功能的如此美妙的结合，哪来的如此高的象征价值呢？因为象征价值绝非单纯对形式的主观价值。

技术美当然不仅仅取决于功能，早在周朝的“考工记”中就有记载，物之为美除了用，还有“材美与工巧”的因素。发挥材质与工艺的固有美，而非用一种材料拙劣地模仿另一种材料，用一种工艺拙劣地伪装为另一种工艺。这些陶鬲与陶鼎也正是如此。充分地发挥了粗陶的材料与其制作工艺的固有之美。所以一位设计师在信文的创造中必须塑造物的外延功能，即实用价值，以及与该实用价值匹配的形式，在设计的传达过程中还必须掌握对材料的正确使用与工艺技术的发挥，因为特定的材料与特定的工艺也会有与其相适应的特定的某些形式，这些都是一位设计师的专业知识与技能，也是他不同于自由艺术家的所在。在远古时代，功能有限、材料单一、工艺简单，似乎还不是一位自由艺术家的固有能力所不可逾越的。但是到了现代，产品的功能越来越复杂化、材料越来越多样化、工艺越来越工程化、专业化，这就不再是一位自由艺术家固有能力所能及的了。所以就有了专业化设计的分工。而且即使是充分掌握材料性能，工程工艺的工程技术人员也有隔行如隔山之感。可见现代的设计师有自己固有的活动规律，既不能将自由艺术家的固有思维去强加给他，也不能将工程技术人员的固有思维去强加给他。但是在设计开始形成之际，既呼唤艺术家，也呼唤工程师为设计事业添砖加瓦。一切愿投身于设计事业的有识之士应尽快地用设计的应有思维改造自己的固有的思维与技法，成为设计所用的新技能。

#### 6.4.2 青铜鼎与陶鼎

有人问，青铜鼎还有实用价值吗？青铜鼎既然已丧失了实用价值，那么它的象征价值又从何而来呢？它的象征价值还是基于它的实用价值与形式双面体的主观价值吗？

确实青铜鼎在它的演变过程中已丧失了它的实用价值，只留下了它的躯壳，成为一种只有象征价值的祭器，如图 6-41 所示。但它作为一





图 6-41 大克鼎

种权势象征的祭器是有它基于原先实用价值的由来的。早在还有实用价值的陶鼎时代，鼎的大小与鼎的数量直接联系到吃饭的人口，也就直接关联到奴隶主拥有奴隶的数量。而拥有奴隶数量的多少是惟一衡量奴隶主权势大小的象征。所以才有如王勃在滕王阁序中所吟唱的“钟鸣鼎食之家”，也才有皇帝九鼎之说。所以即使是已经完全丧失了实用价值的祭器也仍能在它的原型的实用价值与其形式之中，找到它形成象征价值的依据。所以丧失了实用价值的青铜鼎仍能在其原型的陶鼎中找到它成为权势、地位的象征价值的由来。

不仅青铜鼎是如此，在前面已经说过的皇帝的御座、龙椅也是如此。如果没有它原型的实用价值就不会演变出现在的象征价值。为什么就没有在爵这种饮酒器中演变出像鼎那样的象征价值呢？因为爵的大小与数量如果说明了什么的话，只能说明拥有者酒量的大小与宴客的规模而已。宴客规模的大小并不能就作为衡量地位、财富与权势的基准。这岂不令人想起莎士比亚笔下失去了财富、地位与权势的“雅典的泰门”最后的汤水豪宴吗？

### 6.4.3 仰韶文化汲水器说了些什么

早在仰韶文化早期代表的半坡遗址中就已发现如图 5-2 中所示的小口尖底瓶。由此不能不叹服于先人们的具有高度审美价值器物的创造。但是同时也给人们提出了一连串的问题：为什么半坡时代的先人们要设计出这种小口尖底瓶的形态？为什么又说经过了漫长的 7000 来年，它的实用价值早已不再被利用，但它竟比当年拥有了更加无比的主观价值？而这种象征价值究竟是一种怎样形成的文化价值？如果后来人也处在当时的年代里，又将如何对它进行设计制作？面对这一尖底瓶也不得不思考这一连串的问题。

经研究这一尖底瓶是一种汲水器。为什么汲水器要设计为小口尖底的？这还得从那个时代说起。当时刚进入新石器时代后期不久，人们除了掌握了打磨精细石器的技术之外，还掌握了绳索的搓制与粗陶器的制

作技术等。但是，还没有条件掌握金属的冶炼与木器的精加工，这就是那个时代的生产力。生产力虽然低下，然而生活中仍将出现不得不到深濠里、河谷中去汲水的需求。这就迫使人们应创造怎样的人造物去满足这一需求。

先人们没有创造人们所熟知的铅桶或木桶那样的形式。为什么？可以设想一下当时如果是使用像铅桶那种形式的话，将是一番怎样的景象：当汲水器下降到水面之后，就像一只小船般地飘浮水面，于是就不得不用力左右甩动，使之横倒。不幸在横倒之前碰上了岩壁，只听到咣啷一声，绳端上只剩下两个陶桶的小耳朵了。水没打到还白送了一个辛辛苦苦制作的陶桶，可知道一个陶器在当时可也是一家重要的财富了。如果先人们将它做成具有修长的身躯的话，这次又是一种怎样的情景呢：自动横倒是没问题了，汲满水后可就是一沉到底；如果有谁不小心一松手连绳索都会一起无影无踪了；又如果有谁将汲水器放得太快了，一撞水面，坏了！瓶底穿了。

因为当时可制成容器的只有粗陶，但粗陶的物理特性是脆的。也就是说它虽能承受相当大的压力，但完全不能承受稍大的张力。过快地接触水面就会在底部四周出现过大张力的应力集中，自然底就穿了。先人们在琢磨了粗陶的物理特性之后，终于设计出了前面所见到的尖底瓶。有了这种形式，不论你用多快的速度将它下降到水面也都仅受压力，不受张力，也就不会有脱底之虞了。如果还能看到先人们是如何用尖底瓶汲水的话，那就是完全不同的另一番景象了：不再需要过分小心翼翼地将瓶往下放，即是快速接触水面也不再有脱底之虞。当它接触水面之后，就会自动地横倒汨汨地汲水，无需左右甩动。当汲水过半将满未满之际还会自动地抬头垂直浮于水面，等待收绳。再也没有因过快而脱底；再也没有因不慎而沉入水中；再也没有需左右甩动而可能碰碎；再也没有在运水途中有大量溅撒之虞了。真是了不起的创造啊，这还是在 7000 年前的上古时代呢！怎不叫人为先人们的伟大创造拍案叫绝呢？

人们说它美、说它有了不起的象征价值，如果不是有这种了不起的功能，以及与这种功能有良好匹配的形式，没有创造这种充分利用材料特性的形式，没有这种把当时制陶技术在汲水器中发挥到极致的工艺，还有什么价值可言，又有什么美可言呢？所以这样的形态真可谓是完美的形态，是“真、善、美”的高度结晶。这个“善”就是合目的性的功能的实现，这个“真”就是合规律性，就是为了功能的实现遵循，并调动了功能、材料与工艺上的一切科学规律。只有在这种真与善的高度综合基础上的感性显现，终于才形成了高度技术美的形式。而它的价值更在于它象征了 7000 年前先人们所表现的伟大智慧与创造，象征了 7000 年前先人们的一种生活方式与生产技术。这种价值绝不是所谓的形式美所可比拟的。人们不能不叹服于先人们的非凡创造，不能不叹服于先人

们的高度智慧，不能不叹服于先人们的对设计、对造物艺术的这份高度理解。

### 6.4.4 技术美的再认识

为什么现代人一说起美就只想到艺术美，一想起创造美就只想到自由艺术的方式，一想起创造与形态有关的美就只想到造型艺术，难道现代人就不如古人对美的理解、对艺术的理解了吗？

其实美是一种普遍存在的事物，人类创造的绝不只是艺术美，除了艺术美之外还有更为重要的现实美。现实美中除了由人类在社会实践中所创造的社会美之外，还有自然被人化了的自然美。而人类社会实践中最主要的实践是劳动生产，也就是广义的造物活动。所以造物活动中所创造的美也就成了社会美中的最主要的形态之一，而设计的美就是这种造物的美。

人类社会中美创造也是一种普遍性的活动，不仅是自由艺术家在创造着美，其实，在社会中的每一个个体无不在无时无刻地创造着不同形态的美。即使是自觉进行美的创造活动的除了自由艺术活动之外，也还有造物艺术活动。所以自觉地从事着美的创造活动的人除了有自由艺术家之外，还有设计师这类的造物艺术家。所以说世界上有两类艺术家，一类就是没有实用价值创造的自由艺术家，另一类就是既创造实用价值，又创造与之高度融合的象征价值的设计师。这是两类完全不同的创造，两类具有完全不同知识结构的艺术家。既不能用设计师的方式去创造自由艺术品，也不能用自由艺术家的方式去进行设计师的创造。

一般，一位设计师如果他也要创造一件自由艺术品的话，那他一定会放弃设计中固有造物的方式，而遵循自由艺术的规律去创造自由艺术品的。但相反，一位自由艺术家、比如造型艺术家，如果他也要参与造物艺术的创造活动，他也会放弃自己在自由艺术创造中的固有方式而遵循造物艺术的规律去创造造物艺术品吗？现实告诉人们自由艺术家的多数往往不问造物艺术的规律如何，而坚持自己固有的方式去理解造物艺术，去“创造”造物艺术的，或者干脆认为自己的方式就是造物艺术应该采用的方式。这是为什么呢？这绝不是自由艺术家的固执，也决不是自由艺术家的狂妄，这取决于自由艺术家对事物认识的方式。因为自由艺术对世界的认识是排除一切理性内容，只从其感性形象上来把握的，而作为造物艺术之美却正是更重视渗透在感性形式之中的理性内容。所以从自由艺术的形象思维出发到最终理解造物艺术的逻辑思维与形象思维的结合，竟是出人意料的艰难。

符号学告诉人们，一个成熟的符号体系，符号首先有它外延的明示义，然后才有它内涵的暗示义。一个设计的信文首先有其外延的实用价值，然后才有其内涵的、基于实用价值及其信文形式高度综合的主观价值——象征价值。技术美正是这种主观价值的感性显现。

## 思考与练习

1. 工业设计的事前调查与营销的市场调查有什么根本的差异, 应如何合理分工?
2. 从符号传达的角度来看, 工业设计师的事前调查究竟是为了什么而作, 又应该通过事前调查取得哪两类必需的数据?
3. 事前调查的对象是否可以随意确定? 设计师个人的身体与生理的数据是否能最佳地代替对潜在消费者的调查? 尤其是工业设计师有敏锐拔群的感性, 他对设计的感受是否能最佳地取对代消费者芸芸众生的调查?
4. 事前调查中为了取得必要的数据为什么要分为通过潜在消费者的主诉与设计师的测试两种方式进行?
5. 设计有那两类编码规则? 设计的语义学规则为什么要分外延语义与内涵语义进行研究? 外延语义的语义学规则主要取决于哪些因素? 内涵语义有否语义学规则, 为什么? 在什么情况下才可能出现语义学规则, 是一种怎样的规则? 设计的语构学规则是一种怎样的规则, 为什么?
6. 试分别说明设计图学中的设计素描、透视画法与工程图学在设计过程中的地位与作用以及它们相互间的关系。
7. 在操作设计完成时应向下一工序提供哪些数据、资料?
8. 究竟是为了什么而进行设计? 设计是为了向消费者传达什么而进行的?
9. 为什么称产品设计的构成为目的构成? 通过信文究竟要意指些什么? 产品的文化价值有哪两个方面? 试用语言来类比设计的构成活动, 并说明在文化价值的构成中有怎样的符号学方法。
10. 什么是追踪调查与动态调查? 他们分别在何时、怎样的条件下进行? 分别要注意些什么问题?
11. 试对照符号学说明设计应有怎样的步骤, 说明工业设计部门与工业系统中其他部门又是怎样的关系?
12. 为什么说办公家具设计也是人类自身不足功能的延伸? 为什么说办公家具设计是创造了书写文化? 中国迄今书写文化有哪些变迁?
13. 家具按与人体的关系可分为那几类? 应该如何看待它们的文化价值的高低, 如何摆正它们在设计中的优先顺序?
14. 办公家具的实用价值是什么, 是否就是物的可用性而已?
15. 办公桌椅分别有哪些外延性语义? 它受那些因素的制约? 它是基于什么感官的符号? 为什么说它具有定量化的规则?
16. 办公家具内涵语义有否语义学规则, 什么时候可能出现语义学规则? 它是一种怎样的规则? 构成内涵语义要必须遵循怎样的原则?
17. 什么是办公家具的外界依存型语构学规则? 它依存于什么? 为什么说横组合关系就是办公家具的语构性连接?
18. 进化中现代人取得了哪些新的资质? 为什么说人是不适于坐姿的动物? 为什么人要坐, 应该怎样地坐才是合适的?
19. 为什么需要坐姿的稳定性? 怎样才能取得坐姿的稳定性? 它与那些定量化的数据相关?
20. 对于并不掌握设计专业知识的使用者来说可以根据那些要点来对办公桌椅设计的优劣作出检验? 为什么?
21. 办公桌椅可以分节为具有哪些基本语义的符号单元? 构成办公桌椅的复杂语义结构时具有怎样的横组合关系?



22. 办公家具的象征价值的构成有怎样的符号学方法?
23. 办公家具设计中信道媒体技术对产品文化价值有怎样的影响?
24. 设计是一种怎样的创造? 严密的语义学规则与语构学规则是否会捆死设计师的手脚而使他失去创造性?
25. 所谓设计的民族化是指设计的实用价值, 还是象征价值? 设计的象征价值是否另有不同于实用价值的客体? 设计的象征价值是否可由追加于实用价值客体之上的新客体构成?
26. 设计的文化价值是否可以曲高和寡? 曲高和寡会给设计带来怎样的影响?
27. 试说明设计符号的横组合关系与纵聚合关系在设计活动中的作用?
28. 设计是一种怎样的文化价值的创造? 设计究竟属于精神性的、上层建筑呢? 还是物质性的、经济基础呢?
29. 鼎与鬲孰美孰丑? 应如何正确评价?
30. 陶鼎与作为礼器的青铜鼎的象征价值来自何处? 两者的文化价值有何区别?
31. 试说明仰韶文化汲水器的象征价值与美来自何方。
32. 世界上有哪几类美? 技术美与艺术美究竟有何差异?



## 第7章 若干问题的符号学审视\*

在以前各章中已经分别在符号学的视点下审视了有关工业设计与自由艺术等领域的符号学本质。但是,工业设计是一个大门类的交叉学科,而最初从事工业设计活动的人员几乎都来自自由艺术、手工工艺与工程技术等相关学科。尤其是工业设计教学中更是如此,它呼唤从事造型艺术、工艺美术与工程技术的人们参与。但是,一般他们都未曾经过工业设计这一交叉学科的系统学习与严格训练,一个由文、艺与理、工有机地融合在一起的交叉学科,只被视为是这些学科的凑合。不少人因限于自身专业的局限性,对工业设计学科的认识还多多少少带有几分偏差与主观猜想。所以在工业设计与自由艺术间,在工业设计与工程设计间,在现代设计与传统设计间用符号学的观点来作进一步的、详尽的比较与剖析,对进一步搞清工业设计的本质是不无裨益的,引起对自身不足的关注与反思,也是不无裨益的。

在上述剖析的基础上读者一定会发现目前中国工业设计学科中还存在着不少问题,与先进的工业化国家间还存在着极大的差距。究其原因,主要的是由于中国从事工业设计的教师自身原有专业的局限性给工业设计教育所带来的。为了工业设计事业的发展,在全书的最后将就中、外工业设计的教育问题作一个比较,他山之石,可以攻玉!

### 7.1 产品设计与造型艺术的异同

#### 7.1.1 产品设计为何易与造型艺术混淆

在中国尽管有20世纪80、90年代的大发展,但是,长期来工业并不发达,产品设计中不仅受传统手工工艺思维,还加上自由艺术家思维的深远影响,工程技术人员持隔行如隔山之感的漠视,致使设计为生产力服务的观念淡薄。究竟在设计中设计师想做什么,还是社会生产力需要人们做什么?往往不少从事工业设计教育的人,都以设计师想做什么来代替社会发展对人们所提出来的必然需求。究其原因,就是一种源自自由艺术的根本思维方式。致使长期以来把工业设计与造型艺术混为一谈,把一个有出色文化价值创造的工业设计仅视为工业造型、产品造型而已。

在这一点上与20世纪20~30年代在工业化国家发生的现象如出一辙。正如美国工业设计教育家范·多伦所说:“当时正经历了一个商品的黄金时代,全社会都以为在工业中有的是黄金蛋,一大批自由艺术家也纷纷来到工业中寻找金蛋来了。嗣后紧接着的又是30年代的大萧条,企业家们黔驴技穷,不得不病急乱投医。请来了一大批从未经历过工业设计专业学习与训练的自由艺术家,想为萧条中的企业注入强心剂。虽

双方一拍即合，但结果事与愿违。非但黄金蛋没有摸到，还差一点连生金蛋的鹅都被宰杀了。”他在这儿所说的生金蛋的鹅，就是工业设计。紧接着他还指出：“他们在自己的领域中本都是出色的艺术家、佼佼者，但是，他们在工业设计领域还只能是个小学生、门外汉。”一言道出了两者间思维方式与知识结构的巨大差异。事过 70 多年，历史的发展何其相似乃尔，不得不引以为戒。也正因为这些原因，有人甚至评价中国工业设计的现状离莫里斯的思维方式还不远呐。放眼世界、纵观历史，为何说这 19 世纪的历史陈迹竟然在 21 世纪的现代再现呢？

究其原因，由于工业设计与造型艺术的符号要素（或者说符号实体）在客观上确是完全相同的，都是形状、材质与色彩。这些符号的物理存在形式也完全相同，都是二维或三维的空间符号。并且，工业设计符号中的内涵性的一面与造型艺术符号类似，往往也都存在着动机，它们不是基于感觉近接性的类象符号，就是基于逻辑近接性的标志符号。此外，在工业设计符号功能中也具有象征功能，所以也存在着不受符号规则制约的成分。这些表面现象在形象思维的审视下都被抹去了所有的理性内容，恰好使它落入第 4 章中就已做过分析的造型艺术思维的巢臼，不自觉地设计符号也全视为表现符号，把设计符号功能也全视为仅有美学功能，把设计的信文构成也仅作为信文构成自我目的化。相互间符号表面、非本质的相似性都成了造成工业设计与造型艺术混淆的客观原因。由于最初引进工业设计的多数是自由艺术家，所以这种思维方式也就有了相当程度的市场。

在前面就已详述，设计文化价值主体的实用价值以及制约它的种种编码规则是渗透在感性形式的之中的理性内容，是难以用形象思维的方式发现，并把握的。当人们主观上还不了解工业设计文化价值，尚不了解工业设计符号的结构与功能，不了解目的构成的方法之际，就自然地导致自身先入为主的造型艺术的倾向。再者在中国的教育制度中，直至高中为止的普通教育并不姓“普”，并没有以培养学生成为全面发展的人为目标，没有以培养学生掌握作为一个完整的人所应该同时掌握的逻辑思维与形象思维两种思维能力以及相关的知识结构为目标。所以由于知识的片面对于掌握一个大门类的交叉学科来说造成人为的、重大的障碍，甚至连不同学科间的一般交流也缺乏共同的基础。这些都是造成对工业设计与造型艺术难以区别的主观原因。所以说中国的工业设计任重道远，有待于每个人跳出自身的固有思维模式，为之作出毕生的努力。

还记得前面说的笔者与自己的挚友之间所开的玩笑吗？千万别像笔者好友那样将字母形似英语的汉语拼音视为英语，单凭一个没有多少符号学价值的符号实体的相似性就将工业设计简单地视为造型艺术。在前两章中不带偏见地、客观地细察两者时，就已经发现两者的差异是巨大的：它们有完全不同的符号形式；有完全不同的文化价值；有完全不同

的符号功能；有完全不同的编码规则；有完全不同的构成方式；有完全不同的信道技术；还有完全不同的传达主体性。这也正是笔者在 20 世纪 80 年代初抱着工业设计等于工程技术加上艺术的幼稚的想法，在国外学习工作中所进行的痛苦的发现、痛苦的反思、痛苦的抉择。终于不无执着地迎来了能较平静地、如数家珍般地细说它们差异的日子。

### 7.1.2 文化价值的根本差异

其实在设计与造型艺术中，符号信文各有其不同的“意指内容”，也就是不同的文化价值。在工业设计的信文中虽也必然有象征价值，但它首先必须有功利性、有实用价值，并且还以实用价值为产品存在的前提，以实用价值为产品文化价值的主体。而在造型艺术的信文中没有实用价值，仅有象征价值。所以两者有着截然的不同目的。文化价值的根本差异是自由艺术与设计的最为重要的分水岭。

#### (1) 以象征价值为目的的自由艺术

在一般的社会编码的对象中，文化价值存在着两个方面：一是实用价值；二是象征价值。象征价值往往是符号信文的内涵，它是基于信文形式与信文实用价值（外延语义）双面体的一种主观价值。但是，造型艺术中，并没有实用价值这一功利目的。因此在造型艺术的文化价值中只有象征价值就理所当然的了。一个没有实用价值、没有外延的象征价值当然只是一种基于对形式的主观价值，也就是一种信文构成的自我目的化。所以，它隶属于精神财富、隶属于上层建筑。

造型艺术符号既然是一个没有外延的符号，也就是还没有形成语义学规则的符号。但是任何符号的存在都是以存在语义学的规则为前提，所以没有语义学规则的造型艺术符号则是一个尚未形成的符号。而艺术信文的编码过程中发生的正是基于主观判断，对某种尚不是符号又形似符号的形式形成意指作用的符号过程，即一个新符号的形成过程。同时造型艺术的象征价值正是艺术家在进行信文编码过程时的符号过程中基于主观判断正在形成的语义。所以，尚不为语义学规则所收纳，尚不为收信人所共知。它在客观上只是唤起收信人对意指内容创造的参与，所以就能形成千人千面的象征价值。

设计这一交叉学科需要艺术的支撑，但一位自由艺术家如要从事设计工作，它首先就必须对产品文化价值再认识。其实在这一点上所从事设计工作的工程师也无不例外。

#### (2) 以实用价值为主体的设计

在第 5 章中已经阐明，产品设计是为了满足人类生产、生活各方面的现实需求所作出的响应。所以不仅不能小看现实的实用功能，并且还必须认识到它是其信文文化价值的主体。没有实用价值的创造就没有设计对象存在的必要与可能。所以它隶属于经济基础，是生产力的组成之一也是毋庸置疑的。但是，根据人类的本性，人类是决不会仅满足于产品单一的实用价值的。人们一定还会赋予产品以不同的主观价值，也就



是象征价值。并且还必然地产生对象征价值的积极追求。但必须记住产品的象征价值并不同于自由艺术的象征价值，在工业设计中的象征价值是二次功能，是以其实用价值这一一次功能的存在为前提的附加价值。它是对信文的实用价值与形成该实用价值的符号形式双面体的主观价值。所以它的美学功能不仅取决于它的形式，并且还取决于它的实用价值。

单纯的象征价值或审美价值是无法使人类从一个以赤条条之身面对严酷的自然到一个刀耕火种的原始状态，并一直发展至今日能上九天揽月、能下五洋捉鳖的高度发达的时代。没有实用价值的存在，就没有人类社会的进步，也就没有产品的立足之地，当然，也就没有工业设计的诞生。可见，造型艺术的形式可以就是一切，但工业设计的形式就必须服从于功能。这就是包豪斯的设计理念！可见，造型艺术所注重的仅是信文的感性形式，但工业设计所注重的却是渗透在感性形式之中的理性内容。这就是技术美的重要特性之一！

### 7.1.3 符号功能的对立

在设计符号系统中，符号的功能是为了传达，所以基于规则的信文对信息的意指作用是符号功能的核心。所意指的文化价值对收信人的如期诉述与驱动才是设计的最终目标。因此在信文构成中发信人对信文的表现是一种信文的目的构成。作为信文主观价值的象征价值只是实用价值的一个附加成分。所以它必须附着在实用功能的主体上才能发挥它的作用，无视这一主体去寻求象征价值的实现，不仅破坏了实用价值的实现，还破坏了自身所依附的基点，使设计语言在言说中显得语无伦次。

总之，设计以传达产品的功能为自己的主要使命，所以设计注重的是信文的内容（以实用价值为主体的文化价值）；而造型艺术则以作品形式的主观价值为惟一的文化价值，因此注重的是信文的形式，其符号功能仅是信文构成自我目的化的美学功能。而信文构成自我目的化的美学功能是有悖于实用功能的实现的，所以符号功能的差异正是自由艺术与设计的另一个重要的分水岭。

### 7.1.4 编码规则的根本差异

设计与造型艺术由于符号功能上的重大差异，也带来了编码规则上的重大差异。有无符号规则或有否摆脱符号规则，正是区分自由艺术与设计的又一个重要的分水岭。

#### （1）语义学规则的差异

在造型艺术中，由于信文不存在外延性质实用价值的一面，而仅存在象征价值的一面。象征价值的一面只是符号的内涵性一面，符号的内涵仅基于对符号形式的主观价值，所以根本就谈不上遵循基于客观构想的语义学规则。一个没有语义学的符号还不能称之为符号，也就是说它还只是一个尚未形成的符号系统。所以在艺术创作中，正是由艺术家个人对所选择的、某些形似符号的形式所进行的一连串符号过程的赋义、

赋值而已。这种赋义、赋值的意指过程只遵循艺术家个人的认知规律，并不遵循收信人群体的共知、共识的认知规则。所以艺术符号还只是一个刚处于符号过程的形成中的符号系统。

相反，设计的符号具有两面性，既有外延性质的一面，又有内涵性质的一面。作为设计符号主要方面的外延性一面，也就是构成实用价值的一面，才遵循设计符号系统基于客观构想所形成的、明确的符号语义学规则对符号能指与所指间关系的制约。所以一个有外延性质的符号，才是一个成熟的符号系统。作为设计符号的这些语义学规则表现为两个方面：一个方面是规定哪些形式可能成为符号的形式，这就受材料物化特性与加工工艺等的制约；另一方面是规定怎样的符号形式与怎样的符号内容相结合，这就受诸如人体数据、人体姿势与疲劳机制等生理水平上的关系以及感觉与认知等心理水平上的关系两个方面的制约。前一方面主要表现为物对物的关系，而后一方面则表现为物对人的关系上。前者不用说是一种定量化的制约，即使是后者的制约所遵循的也是建立在以使用者群体的数据为基础的规则。所以符号形式在量上的变化都将带来符号内容在量，乃至在质上的变化。这是自由艺术中所根本不存在的一面。尽管设计符号中使用了不少类比符号，使符号产生了多义性；尽管它只是基于设计师个人的认知，但设计师还必须创造一个与这一认知相一致的信文语境，就像图 6-30 所示的那样，以使广大的使用者群体可能对这一价值的基本重建。

此外，作为工业设计符号还有内涵性质的一面，它构成象征价值，是符号的暗示义。它只基于主体对外延功能与意指外延功能的符号形式相结合的双面体的主观认知，并不基于客观构想的符号规则。这是工业设计中缺乏规则制约的一面。它虽有几分类似造型艺术，但是，它还是应传达给消费者，让消费者理解的产品文化价值的另一个重要方面。并且在它被反复使用中还将有被逐渐规则化成为准编码的可能。相反，在造型艺术中信文是艺术家个性化的自我表现，所以艺术家所遵循的是艺术家个人对历史、文化的认知，也就是完全遵循着专属自己的规则。对于收信人而言，与毫无语义学规则时并无二致。由此可见，两者中就连象征价值也各不相同。

## （2）语构学规则的差异

虽然设计与造型艺术两种符号有完全相同的形状、色彩与材质等实体，但当它们被认知为符号形式而构成设计符号系统或构成造型艺术符号系统时，两者就表现出完全不同的符号语构学规则。有无符号的语构学规则是区分设计与造型艺术的重要分水岭。

作为造型艺术符号，其符号形式的空间组合是完全不受任何基于客观构想的语构学规则的制约的，是完全自由的组合。所以造型艺术被纳入自由艺术之中。相反，工业设计符号在空间的组合中就必须遵循相当严格的外界依存性语构学规则的制约，不仅依存于外部世界物对物间力

学性的、机构性的、功能性的种种制约；还依存于设计对象与使用者间因功能而推至人类工程学、实验心理学等的种种制约。所以工业设计是一种符号组合完全没有自由性的造物艺术，或者说属于非自由艺术。

### 7.1.5 构成方式的根本差异

艺术中的信文构成是一种非目的构成，而在设计中的信文构成是一种目的构成。这种在信文的构成之外有否存在意指的信息是区分自由艺术与设计的又一重要分水岭。

#### (1) 非目的构成——自由艺术

在自由艺术中信文的构成，也就是作品的创作中，存在以下特征。

① 不存在任何功利性的目的，没有任何特定的所指，即使艺术家欲有所指，但也未必用与收信人有共知共识的编码规则进行编码。

② 信文构成并无客观“信息”的传达目的，只是信文构成的自我目的化。也就是现今所时兴的所谓三大构成，只不过是单纯形式要素组合的非目的构成而已。

③ 是一种完全自由的信文构成自我目的化，任何规则的制约都将破坏自由艺术的个性。换句话说，在构成中也就必然地要超越、摆脱乃至破坏可能存在的语义学规则，完全排除任何语构学规则的制约。

④ 不仅是创造一种尚未为人所知的新符号，即使是一个有特定意指内容的旧符号也往往被应用在异常的语境中。

#### (2) 目的构成——设计

在设计中也要进行信文构成（也就是产品的构成），但决不仅是现今所流行的三大构成中所表现的那种非目的构成，而是要最终构成有复杂语义结构的、有完整语义的目的构成。这正是它完全不同于自由艺术的重要方面。设计的构成也存在自己独特的特征：

① 在信文构成中有明确的功利性目的，有明确的意指内容，也就是明确地意指着它以实用价值为主体的文化价值（也就是理性内容之一）；

② 在信文构成中必须以符号的意指功能为其核心，所以必须遵循设计的符号规则（也就是理性内容之二），并且还必须是遵循与广大的使用者群体所共知共识的符号规则；

③ 为了取得与使用者群体对符号规则的共知共识，所以必须以掌握群体在统计意义上的人体数据、人体姿势与疲劳机制等生理水平上的，以及感觉与认知等心理水平上的两方面知识为设计师所必需的专业知识；

④ 为了文化价值的传达，信息的顺利解码，应尽可能地创造与所意指的以实用功能为核心的文化价值相符的信文语境。

综上所述，在它的构成中不仅有擅长形象思维的艺术家人能尽收眼底的完整的构成形式，也还有逻辑思维所擅长的、用形象思维所根本无法透析的理性的实用价值（功能）与理性的编码规则。产品设计中的所

谓创造性思维绝不是像封神演义中的那种上天入地的无中生有的形象思维，也决不是像数学中的那种必须基于正确前提所导致正确推论的逻辑思维。单纯的形象思维不能导致创造，单纯的逻辑思维也同样不能导致创造。形象思维幻想了封神演义中的那种上天入地的斗法场景，有了逻辑思维的补充才最终使这种无中生有的场景成为“飞毛腿”与“爱国者”之争的现代战场上的高度创造。所以形象思维与逻辑思维缺一不可不能成其为创造性思维，感性与理性缺一不可不能成其为设计。

### 7.1.6 符号性质的根本差异

在自由艺术中符号仅具单一的感知性，不是由视觉感知的视觉符号就是由听觉感知的听觉符号。而设计中符号的感知性往往具有综合性，这种差异也往往成为自由艺术与设计的分水岭之一。

#### (1) 自由艺术感知的单一性

已在第4章中详尽地说明了自由艺术符号系统中符号的感知特性几乎都是单一性的，一般不是听觉符号就是视觉符号。即使是影视传播中也只是这两种符号的共存，视觉与听觉也分别接受着各自不同的符号形式。至今为止，自由艺术中符号的感知性并没有超越视觉与听觉两种感知的界限。而在造型艺术中则只有视觉的感知，是单一的视觉符号。所以，造型艺术的价值可仅由视觉来认知，并仅由视觉来评价。

#### (2) 设计感知的综合性

在第5章中还详尽地说明了设计符号系统的符号感知特性，其中特别在产品（其实还包括环境）设计中，形成实用价值外延语义的符号形式的收受器官几乎都不是视觉，主要地是以本体感觉为主的综合感觉。只有其中主观价值的象征价值才可能是以视觉为主导的。在第5章中还分析了同一符号实体，因感知特性的不同而导致符号形式的不同、符号语义的不同。所以设计的文化价值只能由它所驱动的感官，即以本体感觉为主的综合觉来认知、来评价，而无法单纯地由视觉来认知、由视觉来评价。由于从自由艺术的视点，往往只是以视觉符号来看待设计符号，从而往往对设计信文产生了价值上的歧义。

### 7.1.7 传达类型的根本差异

在符号存在的物理空间可能都是完全相同的符号实体，但是它作为符号形式在与符号语义结合的心理空间上由于感知特性的不同，它们也可能成为完全不同的符号。在自由艺术与工业设计两者之间就是如此，它们虽有完全相同的符号实体但它们在心理空间所形成的符号则可能是完全不同的符号。在自由艺术中所形成的是表现符号，而工业设计中所形成的首先则是社会逻辑符号。自由艺术的传达类型是语境依存性的传达，而工业设计的传达类型是更接近于规则依存性的传达。所以符号的传达类型也是区分自由艺术与设计的分水岭之一。

#### (1) 造型艺术的语境依存性

在艺术符号中没有实用价值的传达，也就无需受任何编码规则的制



约。所以造型艺术符号是一种既没有语义学规则，又没有语构学规则的符号。一种没有语义学规则制约的符号其实就不能称之为符号。所以在艺术作品制作中所使用的“符号”其实还不是真正的符号。而艺术的造型活动本身正是一个创建新符号的符号过程，在这一过程中对种种形似符号，但尚不是符号的形式进行赋义、赋值，对其主观价值进行确认，使之成为符号。

即使使用了虽有符号规则的既有符号，但在使用中不仅摆脱或超越了原有符号规则，并且还将运用在某种异常语境之中。所以仍与使用未曾形成符号规则的新形式并无二致。它所制作的信文仍只能任凭收信人根据它的异常语境作出主观猜测与判断。所以是一种地地道道的语境依存性传达，或者说是一种还根本不能称之为传达的“传达”。因为根据这种异常语境所“重建的信息”，将千人千面。所以与其说是重建的信息，毋宁说是各收信人所臆造的“信息”。这正体现了自由艺术是为了唤起各收信人的积极参与。

所以自由艺术符号恰恰是一种内涵性质的表现符号。它的信文必然有风格与内涵上的种种变化。所以它不是一种信息的传达，不是一种功能的传达。它所表现的文化价值，就是人们在对信文的感性体验中所赋予它的主观价值，也只能在感性的体验中唤起人们对有崇高文化价值的、人类美好情感的确认。同时也只有在感性的体验与价值的确认过程中提升自己的审美能力与审美情趣，来净化自身的心灵。

### (2) 设计的规则依存性

设计之所以诞生是为了产品文化价值的传达，尤其是它的实用价值的传达。产品首先是一种载体，一种实用价值的载体。充当这种载体的是符号的信文。与信文结合成符号双面体的实用价值就是信文的外延。所以设计符号的外延是一种逻辑社会符号。所以作为产品部件的符号单元有其特定的作用、特定的功能，也就是特定的语义、特定的价值，作为产品整体的信文不仅有其完整的构成形式，还有其复杂、完整的语义结构，也就是实用价值。设计符号的功能就是为了传达这种语义、这种价值。设计师绞尽脑汁的创造也是为了传达这种语义、这种价值。所以设计的信文必须是非常接近于规则依存型的传达。对信文的编码是如此，对信文的解码也是如此，都必然遵循符号的规则。所以设计是一种近于规则依存型的符号系统。这种符号规则还与结合符号能指与所指的心理空间相关，一般外延性符号的心理空间不是视觉空间，而更主要地是以本体感觉为主的综合觉空间。这些都与自由艺术有极大的区别。

产品符号能指与所指结合的双面体还是一种象征价值的依附体。这一符号双面体作为内涵语义的能指，就构成了设计的内涵功能。由于内涵语义是一种诗学社会符号，它与自由艺术符号类似，对其语义的诠释也是依存于语境的。但作为这种符号本身一般不是一个尚未形成规则的新符号，而已是一个成熟符号的重新走向开放，并形成新的意指作用。

但它在设计符号体系中的运用,仍需将自己的象征语义尽可能地让最广大的消费者、使用者所认可、所理解。所以一般应尽可能地用在正常的语境中,并会经反复使用而有被规则化形成准编码的可能。这是设计信文中的象征价值所不同于自由艺术中的象征价值之处。

### 7.1.8 传达主体性的根本差异

由于自由艺术所谋求的是最广大收信人的广泛参与,而设计所谋求的则是最广大收信人的广泛理解。所以导致了两者传达主体性的根本差异。这种传达的主体性也是区分自由艺术与设计的又一个重要分水岭。

#### (1) 造型艺术的收信人主体性

在第4章中已充分说明了在自由艺术中,发信人所关心的是信文的形式,他并没有给收信人解释信文语义以太多的线索。收信人在信息“重建”中是一种参与对符号规则的猜测,到参与对信息的见仁见智、千人千面的再创造。所以,同一信文就有产生多种意指、多种价值的可能,这也正是自由艺术的魅力之所在。收信人们究竟各自创造了怎样的信息,发信人根本无法左右。是一种收信人主体型的“传达”。

#### (2) 设计的发信人主体性

在第5章中也已充分说明了设计中发信人不论是对实用价值或是对象征价值的创造都是为了能对收信人的忠实传达、如期驱动。所以设计师为收信人对实用价值的解码提供了严密的、基于客观构想的编码规则,为收信人对象征价值的解释提供了正常的语境,乃至准编码规则。设计师煞费苦心地创造的文化价值一般都能为广大的消费者、使用者所基本重建,所以,是一种发信人主体性的传达。

### 7.1.9 信道性质的根本差异

#### (1) 造型艺术的天然信道

在造型艺术中,信道是一种天然媒体。在该信道中不论是传送信文,甚至复制信文,都是自动地实现的。而在造型艺术中一般信文在信道中不进行复制,原作与观众直接见面,所以这个信道还是无噪声、无失真的、理想信道。或者说是一个不作为的、短路的信道。

#### (2) 设计批量复制的人工信道

在设计中所构成的信文则必须在信道中进行大批量加工、复制,才最终送达每一位消费者、使用者手中。并且这种信道是一种有特定的工艺技术所构成的人工信道,它的作用是设计传达过程所不可缺的、重要的组成部分。只有在传统的设计中,由于它对产品的设计与加工一般是不分工的。作品多数是单件制作的,所以它的信文就是原件,毋须复制的,这也正是它的价值之所在。所以传统设计的信道的作用则只在于加工与传送。

在现代设计中,由于现代科学技术的不断进步,科学知识的不断膨胀,信道技术的专业性越来越强,一般绝不是同一位设计师可以同

时掌握所有的信道技术。不同媒体技术间的专业化分工是现代设计领域的特征。因信道媒体技术性质不同还形成了传统设计与现代设计的专业化分工。即使在现代设计领域内，也因信道媒体技术的不同分别形成了产品设计、视觉传播设计、听觉传播设计与环境设计的专业化分工。所以，是否能对信道技术的掌握，是区分自由艺术家与设计师的分水岭。并且，能掌握怎样的信道媒体技术，是区分不同设计领域设计的分水岭。

7.1.10 小结

根据以上的分析，造型艺术与工业设计是具有完全相同符号实体的两个不同符号系统，如不停留在仅以形象思维的方式去观察它们的感性形式的话，就会吃惊地发现两者在众多深层次的本质问题上所存在着如表 7-1 所示的如此巨大的差异。工业设计是一个大门类学科间的交叉学科，它不是这些学科的凑合而是有机的融合。它既呼唤工程技术人员参与，也呼唤艺术家的参与。如果一名造型艺术家要将自己转变为一名工业设计师的话，表 7-1 就告诉人们必须在哪些方面改变自己固有的思维模式、工作方式与知识结构。但是正如前面所说，仅以艺术家的形象思维方式自发地去观察的话，那就难以发现两者深层次理性问题上的差异，往往可能带来的不是对自身固有的思维模式、工作方式与知识结构的改造，相反会有可能改造了工业设计应有的思维模式、工作方式与知识结构。纵观中国工业设计的实践，这种影响还是相当程度地存在着。

表 7-1 工业设计与造型艺术异同的符号学审视

			工 业 设 计	造 型 艺 术
符号实体			形状、色彩、材质	形状、色彩、材质
文化价值	外延		实用价值为主	(无外延)
	内涵		象征价值为辅	仅有象征价值
符号功能			“信息”传达的实用功能为主	情感功能
构成方式			目的构成	非目的构成
思维方式			形象思维与逻辑思维的有机综合	形象思维
符号感知性			以本体感觉为主的综合感觉符号	单一视觉符号
符号传达类型	外延		规则依存型	(无外延)
	内涵		规则依存型为主兼用语境	语境依存型
编码规则	语义规则	外延	基于客观构想的编码规则	(无外延)
		内涵	用于正常语境有出现准编码的可能	无编码规则
	语构规则		外界依存性编码规则	无编码规则
传达主体性			发信人主体性	收信人主体性
信道媒体技术			互换性、专业化工程媒体	天然媒体

## 7.2 工业设计与工程设计的异同

### 7.2.1 两者被异化的原因

早在工业化之前,产品的设计与制作都是在手工作坊中进行的。在当时的传统设计中不仅创造了产品的实用价值,同时也创造了产品的象征价值,也就是说创造了完整的文化价值。但社会的广泛需求,导致了生产力的不断发展。生产力的发展又成为推动社会发展的主要推动力。在一百多年前,代表生产力发展的机械工程等工程技术在自己的发展进程中,由于知识的不断膨胀,不得不形成学科间的严密分工。由于分工的过细,乃至过分工,终于导致了工程设计没有像传统设计中那样把解决物对人的关系也作为自己的课题,未能摆正人对物的主宰地位,往往只停留在物本身的可用性而已,并且也始终没有将人引入系统,未能在设计中创造人类赋予产品的、主观的象征价值。成了一种纯粹的科学编码,一种理想的传达。从前在手工作坊中设计创造完整文化价值的传统被彻底割裂了,设计的理念被异化了。

工业设计正是为了解决人类在工业文明的发展中,因过分工带来的、人类被排除于系统之外的弊病,重新确立物对人的应有关系,实现人本位的设计理念。所以工业设计中的实用价值就不仅仅是物自身的可用性,而是让物的可用性转化为人类自身功能不足的一种延伸,成为人类自身功能不可分割的部分。在创造人本位实用价值的同时,因为人类的进入系统,在一定程度上改变了符号编码的性质。出现了人类因产品的实用功能及其形式而赋予产品的主观价值,也就是象征价值。设计又回归了应有的理念。

综上所述,在对待工业产品上工业设计与工程设计的关系,就像对待建筑物上建筑学与土木工程的关系一样。所以,即使把工业设计视为“工业产品的建筑学”也未有任何不妥。所以自20世纪90年代以来,诸如日本之类的工业设计相对发达的国家,不少的大学中机械工学科在它们的学科目录中消失了,而代之以出现的是工业设计学科。正是出于工业设计学科之对于机械工学科,就像建筑学之对于土木工程一样的相同的考虑。

### 7.2.2 文化价值的异同

从工业设计的角度出发,产品的实用价值并不只等于物品本身的可用性,如果是那样的话,既然有了工程设计那何必还要工业设计呢?既然有了工程师那何必还要工业设计师呢?之所以要有工业设计正由于它有工程设计中所不具备的理念;之所以要有工业设计师正由于它有工程师所不具备的知识结构;只因为自从工程设计诞生之日起,就没有将人类自身引入系统,在系统中解决人对物的主宰地位,物对使用者的身、心匹配关系。正因为如此,还曾导致了另一个错误的倾向,这就是莫里斯等人的反拨。将设计这一尚未健全的新生儿又塞回到手工作坊的母体



中去，差一点窒息了这一“新生命”。

工业设计，将人类引入系统。从人类的立场出发，使产品的可用性进一步地转化为人类自身功能的一种延伸。使身外之物也能成为在人类长期进化过程中形成的自身肢体一样使用自如、得心应手。只有作为自身功能的延伸才是产品的实用价值。所以这种实用价值也就是产品文化价值的主要方面。

正因为工业设计将人类引入系统，才会因人类而产生对产品符号外延（一次功能与其形式）的主观价值，也就是象征价值。于是才有可能在产品中满足人类对象征价值创造的需求。

一言以蔽之，有否在实用价值中解决物对人的应有关系，有否在信文中创造象征价值这一人类的主观价值是区分工业设计与工程设计的重要分水岭。

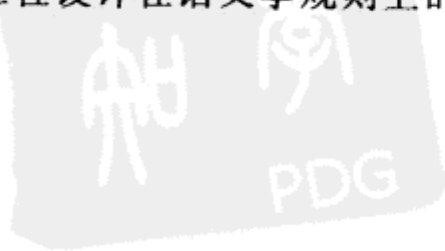
### 7.2.3 编码规则的异同

工程设计与工业设计两者在编码规则上也存在很大的差异。工程设计基本上属于一种科学编码，而工业设计在本质上它是一种社会编码。确切地说工业设计是一种社会逻辑编码。也就是它虽也有科学编码性质的一面，但同时还存在艺术编码性质的一面。并且这两个方面是无法分割的，它们之间并没有各自独立的客体。下面分别在语义学规则与语构学规则两个方面对它们的差异进行说明。

#### （1）语义学规则的差异

由于在工程设计中并没有将人引进系统，所以系统是理想的、是完全封闭的。它的语义学规则是严密的，完全取决于客观的物与物之间的固有客观规律，而不取决于物与人之间的关系。它的符号形式也不取决于人类特定感官的认知，而取决于机械的检知。所以，从一定程度上来说，与其说是符号，还不如说是一种信号。所以它的语义学规则是遵循于特定数值的定量化规律。

但是，在工业设计的文化价值中有将物的可用性延伸为人类自身功能的实用价值的一面，这种延伸总是作用于人类的特定感官的，作为符号形式，它是在人类特定感官所构成的心理空间中被认知的。所以在其符号外延的语义学规则中就包含了与人类身体特性、生理特性以及心理认知等特性相关的语义学规则的内容。而其内涵则是人对产品实用价值与其形式双面体的主观价值，所以符号语义才主要地取决于主体视觉的心理认知。当其内涵被反复使用时还将被逐渐规则化而出现语义学的准编码规则的可能，其准编码规则就取决于主体人群生活地域的历史与文化的积淀。这正是文化人类学科所关心的内容。可见，工业设计符号的语义学规则取决于人类工程学、实验心理学与文化人类学等学科所总结的客观规律。所以是取决于特定人类群体的统计意义上的定量化数值的。综上所述，这些都是工业设计与工程设计在语义学规则上的根本分歧之处。



## (2) 语构学规则的差异

已知,对工业设计而言,它的语构学规则是一种非自立的、外界依存型语构。所谓外界依存型,就是指它的语构学规则并不取决于形状、色彩与材质等符号实体本身非如此组合不可的规律,而取决于与该符号系统所平行的,客观现实世界中结成人、物系统客观运作的空间组合关系。所以,凡有特定的人、物系统的运作关系也就有了特定的语构学规则。

而工程设计的语构学规则是自立型的,并且是严密的。作为符号形式的各部件之间有其自身必然的结合规律。因为对工业设计而言的外部世界的一部分,其实就是工程设计的内部世界;对工业设计而言外部世界的客观规律的一部分,其实也正是工程设计的内在规律了。也就是在工程设计中形状与材料都有着自身结合的必然规律。

如果把工程设计所构成的机构整体看成是用于工业设计中的一个惯用型的话,一个机构整体就可被视为一个符号单元在发挥作用。那么,在符号语构学编码规则方面,在工业设计中就隐含了工程设计的语构学规则而不再出现与工程设计有关的、独立的语构学编码规则,相反,工程设计的编码规则中完全没有包含工业设计有关的编码规则。这些工业设计中不被工程设计所包含的有关编码规则,计有:

① 色彩符号的编码规则,因为工业设计中有工程设计所不处理的色彩符号;

② 信文外延的语义学规则中有关人类身体、生理与认知特性的编码规则;

③ 信文内涵的语义学规则中有关视觉心理认知与文化人类学的准编码规则;

④ 信文语构学规则中有关人、物系统运作状态对语构规则的制约。

### 7.2.4 构成方式的异同

如前所知,在工业设计中的符号功能主要地是一种对文化价值的传达为目的的实用功能。因此工业设计中的信文构成就必须是能意指信文文化价值的目的构成。虽然这一点与工程设计有非常相似之处,但是由于工业设计在系统中引进了人类,所以构成的文化价值中实用价值不是工程设计中的实用价值。工程设计中的实用价值只不过是物本身的可用性而已,而工业设计中的实用价值则是要将物的功能延伸为使用者自身的功能。除了实用价值这种完全取决于外部世界客观构想所制约的文化价值之外,还存在人类对构成体及其实用价值的主观价值,也就是形成了不为原有语义学规则所规定的新的意指作用,因此使系统就失去了理想性与封闭性,一定程度上具有了类似于艺术编码的开放性,从而形成内涵语义的一面。而内涵语义在一定程度上有依赖于语境的作用。所以在工业设计中为了文化价值的尽可能被顺利解读,一般还必须尽可能地创造一个与其文化价值相符的语境。并且这种内涵语义在同一语境中的

反复应用还会有被规则化,成为一种文化的积淀,从而出现准编码有形成新符号的可能。因而在工业设计中还有利用这种准编码进行构成,以使其产品融入某种特定文化的功能。

而工程设计则是一种把人排除在系统之外的理想的科学编码的符号系统。它的文化价值中只有实用价值,而完全不存在基于主体心理认知的主观价值。从而作为一个系统它是一个理想的传达系统,一个封闭的系统。所以它的构成是一种理想的目的构成。

所以是否要全面地考虑以物的功能来延伸使用者自身的功能的实用价值的构成,是否要考虑对基于主体的心理认知而出现的内涵语义的构成,是工程设计与工业设计在构成上的重大差异。而基于横组合关系的确定性与纵聚合关系的可选择性的符号学方法是工程设计所不了解的,而对工业设计师来说是极其重要的构成方法。

### 7.2.5 传达类型的异同

工业设计中的符号是一种社会逻辑符号,其符号功能主要地是以实用价值的传达为主体的,并且还以其实用价值的存在为设计的前提。所以,之所以要有工业设计就是让设计师通过这种构成去表现这种文化价值,为了在所构成信文中去意指这种文化价值,为了让承载有这种文化价值的信文去实现对收信人的如期诉述与驱动。甚至还致力于创造一个与其文化价值相符的信文语境,去帮助对这种文化价值的解读。所以尽管工业设计的符号传达不是一种理想的传达,尽管还存在内涵的一面,但是并没有影响它成为一种追求广大收信人的广泛理解的目标,成为一种发信人主体性的传达类型。

尽管工程设计是一种科学编码,是一种理想的规则依存型传达。但在上述一点上来看,工业设计与工程设计有非常一致的目标,都是为了使设计师所创造的文化价值取得收信人的广泛理解,而不是一种共同的参与,都是一种发信人主体性的传达类型。

### 7.2.6 符号感知性的差异

#### (1) 工程设计的机械检知性

如前所说,在工程设计的传达中符号形式的确立不是基于人类认知,而是基于机械的检知。凡是能为各种传感器件所检知的一切信号,都可被系统视为“符号”。所以在工程设计中与其说是符号,毋宁说是信号。只不过是经过人类的创造与认定而已。而形成的符号传达实际上是机构间的理想传达。

#### (2) 现代设计感知的综合性

在现代设计中,符号的确立是基于人类的认知,往往相同的符号实体因认知感官的心理空间的不同,往往被认知为不同的符号形式,出现不同的符号内容。并如第5章中的说明那样,在工业设计中符号实体在心理空间中的认知,一般不仅倚赖于单一的感官,往往还依赖于多种感官的协同作用。综上所述,可见工业设计中符号的确立是基

于多种感官的协同认知，而工程设计中‘符号’的确立是基于机械对信号的检知，这是两者之间的又一项重大差异。

### 7.2.7 传达主体性的相同

不论工程设计与工业设计，从符号传达的角度来看，如第5章中所述都是为了接收端能忠实地接收到发送端所发送的信息。只不过在工业设计中的接收端就是广大的消费者或使用用户，而工程设计中的接收端则是机械。所以从符号传达的主体性角度来看，两者的“收信人”所重建的信息，都应是发信人欲传达信息的再现。所以收信人没有恣意地解释信文的可能。工程设计的收信人是机械，当然不会恣意地解释信文。工业设计的收信人虽然是人类，但工业设计师的信文构成是一种目的构成，不但所意指的内容（实用价值）是确定的，并且所用的编码规则也是与收信人所共知、共识的。即使是内涵功能也总是尽量伴随着正常的语境，所以也有不能恣意解释信文的条件。总之不论是工程设计还是工业设计，它们都是发信人主体性的传达。

### 7.2.8 信道性质的相同

#### (1) 单一互换式生产方式信道

在工程设计中的信道是人工信道，它只存在一种性质的信道媒体技术，这就是机械化、大工业、大批量、按工种分工的、互换性生产方式的、定量化工程的媒体技术。但是因具体的工程领域的不同，又有完全不同的工程技术。所以，工程技术不仅有理性化、定量化的特征，并且严密的专业化分工也是工程技术的最主要的特征。所以这种特征也成为现代社会的最主要特征。

同样，在现代设计中产品生产与复制的信道就是所对应工程设计领域的工程技术信道；也就是机械化、大工业、大批量、按工种分工的、互换性生产方式的、定量化工程的媒体技术的人工信道。因此它也与工程技术一样，不仅有理性化、定量化的重要特征，并且也有严密的专业化分工这一重要特征。

所以现代设计的每个领域与所对应的工程设计都有着相同的信道，但是现代设计的各个领域间，却像各个工程领域间一样，有着完全不同的技术。所以工程领域间的专业化分工，也影响到了现代设计各领域间的专业化分工。

#### (2) 传统与现代的共存

设计中除了现代设计之外，还存在着传统设计。其信道虽也是人工信道，但却与工程设计的信道技术完全不同，采用的是一种手工的、单件制作的、不分工的传统手工工艺的媒体技术。它也有着专业化分工的特点，如玻璃匠与木匠、裱画师与陶艺师的分工，只不过它的专业化程度远不及现代设计的工程工艺技术的严密，并且定量化水准也很低。

### 7.2.9 小结

综上所述，用符号学的视点来审视工业设计与工程设计，同样也是



既有相同之处，又有相异之处。下面用表 7-2 来概括地表示它们之间的异同。

表 7-2 工业设计与工程设计异同的符号学审视

			工 业 设 计	工程设计
符号实体			形状、色彩、材质	形状、材质
文化价值	外延		实用价值为主	实用价值
	内涵		象征价值为辅	(无内涵)
符号功能			“信息”传达的实用功能为主	“信息”传达的实用功能
构成方式			目的构成	目的构成
思维方式			形象思维与逻辑思维的有机综合	逻辑思维
符号感知性			以本体感觉为主的综合感觉符号	机械感知性
符号传达类型			规则依存型为主、兼用语境	规则依存型
编码规则	语义规则	外延	基于人、物等的客观世界构想	基于物的客观世界构想
		内涵	用于正常语境有出现准编码的可能	(无内涵)
	语构规则		外界依存性编码规则	自立性编码规则
传达主体性			发信人主体性	发信人主体性
信道媒体技术			互换性、专业化工程媒体	互换性、专业化工程媒体

根据以上的分析，工程设计与工业设计不仅具有几乎相同的符号实体，两者在本质问题上还存在着如表 7-2 所示相当部分的共同之处。换句话说，如果工程设计从一开始就能摆正人对物的主宰地位，主动地将人引进系统，考虑到使用者主观价值创造的话，工业设计的诞生就成为多余的了。但是，工程设计从一开始就忽视了这些关系，并且工程技术人员由于受长期专业化分工的影响，总与工业设计之间存有隔行如隔山之感。因此，也就多多少少对这一新兴学科处于漠不关心的状态。本来从工业设计的角度来改造工程设计为工业设计服务，就像将土木工程师改造为建筑师一样是一项相对简单的工作。但却难以取得工程技术人员的积极、热情的支持。也正因为如此，工业设计在认识论上受到工程设计的负面影响也相对地要小得多。

但工业设计是一个大门类学科间的交叉学科，它不是这些学科的凑合而是有机的融合。它既呼唤工程技术人员的参与，当然也呼唤艺术家的参与。如果一名工程师要将自己转变为一名工业设计师的话，该表就告诉了人们在哪些方面尚需扩展新的思维模式、工作方式与知识结构。如果一名工程师准备参与工业设计的某方面工作的话，该表就告诉人们必须在哪些方面扩充思维模式与工作方式。

7.3 现代设计与传统设计的异同

7.3.1 价值观的错位

不论是传统设计或是现代设计，它们的差异应只限于信道媒体技术

的差异：即是传统的手工艺技术的就是传统设计；是现代的工程工艺技术的就是现代设计。所以和从事传统设计的工艺美术师就要充分地掌握特定的手工工艺技术一样，从事工业设计的工业设计师就要充分地掌握特定领域的工程工艺技术。它们之间理应不存在其他的差异。事实上在工业化时代之前的传统设计与进入工业化之后的工业设计一样，的确也曾满足过当时数量不大的对产品实用价值与象征价值的需求。

但是，进入资本主义社会之后，由于形成了为数巨大的第三阶级大众，产生了对产品的巨大数量的社会需求。传统设计不论从生产力或是从生产成本等主、客观各个方面都已无力满足最广大民众在生活、生产中形成的对实用产品的需求。所以，进入了工业化时代之后，传统设计终于将自己生产制作实用产品、满足实用功能需求的地位拱手让位给了现代设计。从此现代设计也就在现代工程工艺的基础上继承了当年传统设计生产制作“用”、“美”结合的实用产品的传统。而现代的传统设计却只给自己留下了受生产力、生产成本等影响不大的、制作仅有象征价值的陈列工艺品的地位。终于，让人们看到了传统设计与现代设计两者的分道扬镳。

但是在中国，由于长期以来生活水平低下、社会需求有限、工业欠发达，所以满足人们实用价值有限需求的担子数千年来都由传统设计所承担。传统设计的地位转换还是笔者所目睹的事。然而虽在客观上实现了地位的转换，但在主观上并未完成角色的转换。新的价值观尚未牢固建立，终于导致了时空错位。总是混淆了工业设计与传统设计两者的价值观，造成了两种设计思维的种种混乱。不少从事传统设计的工艺美术师们羡慕机械化生产的便捷、高效、生产力高，总是力图以机械化生产来替代自己的手工制作，但殊不知恰恰因此而彻底抹杀了自己创造的价值。而早已改了行从事工业设计的工业设计师们却始终沉醉于曾从事的那种无功利性的单纯象征功能创造的目标与方式，但殊不知恰恰因此而彻底地扼杀了那个生金蛋的鹅。由于这种价值观的错位，不仅使中国丧失了工艺美术的大国地位，也给提供实用产品的工业设计的发展大大地拖了后腿。

### 7.3.2 文化价值的异化

#### (1) 现代设计的完整文化价值

众所周知，现代设计继承了传统设计中设计、制作实用产品的“用”、“美”结合，以“用”为主的手工艺的优良传统，其产品信文中所蕴含的文化价值包含两个方面：其一，是它的主体方面的实用价值，它是产品信文的外延“语义”；其二，是它的附加方面的象征价值，它是产品信文的内涵。可见现代设计中蕴含有一个完整的文化价值。

#### (2) 传统设计价值的象征化

众所周知，在漫长的封建时代里手工工艺最终形成了两大流派，一派是继承了实用产品的“用”、“美”结合，并以“用”为主的民间手工

工艺的优良传统；另一派则失去了产品的实用价值，开创了几乎只有象征价值的陈列工艺品制作的先河。两者都分别取得了极高的、但性质完全不同的文化价值。

进入资本主义之后，生产力低下的传统设计再也无法满足日益增长的对实用产品的极大社会需求，终于将设计制作以实用价值为主、以象征价值为辅的实用产品的地位拱手让给了现代设计。从此传统设计完成了自己设计制作“用”、“美”结合，并以“用”为主的实用产品的历史使命，并画上了完满的句号。所以，在现代工业化背景下的传统设计也仅为自己留下了只设计制作不再具有现实的实用价值，仅有象征价值的陈列工艺品的作用。这不是那位设计师的使之然，而是时代发展之必然。所以，在现代工业化背景下的传统设计与工业设计必然分别遵循着各自的价值观，沿着各自不同的道路发展。让分别从事这两种不同设计领域的设计师们，充分发挥它们各自应有的创造规律，努力使之成为产品设计领域的璀璨双璧。

### 7.3.3 编码规则的根本差异

从历史唯物观出发，现代设计与它所继承的制作实用产品的传统设计，除了具体的工艺技术的差异之外确实遵循有共同的编码规则。但是，审视在工业化背景下现存的传统设计已与现代新兴的工业设计之间已极大地拉开了它们的共同点。这就是如前所述的在现代工业化背景下的传统设计已不再设计制作实用产品，而只制作仅有象征价值的陈列工艺品了。因此在符号功能与文化价值等方面几乎全面地倒向了自由艺术，而与现代设计间产生了极大的分歧，从而使编码规则也产生了相应的差异。

#### (1) 语义规则认知特性的差异

在现代设计中，同一个信文同时存在外延性的一面与内涵性的一面，外延性的一面是产品的实用价值，所以有明确的基于客观构想的语义学编码规则。所谓的客观构想的规则就是指不受设计师个人的人体生理与主观意愿等的支配，只存在于外部自然世界的有关客观规律以及存在于使用者群体中的有关客观规律。尽管设计师也是社会群体的一员，但面对由足够多数的被试者根据数理统计所得的定量化、稳定的规律与数据，只不过是滴水与海洋的关系，它完全不受设计师个人的生理与心理参数所影响。所以在工业设计中设计师个人的身体、生理与心理的数据可以说是毫无意义的。

在现代设计中象征价值是产品信文的内涵性的一面。它是对产品功能与形式统一体的主观价值，所以对该价值的认知不存在任何基于客观构想的语义学规则，而仅存在于每一位审美主体的主观之中。只有在特定语境中被反复使用的符号形式，才会有逐渐被规则化形成准编码的可能。这在建筑与传统设计中表现的相当的充分，但是，在现代设计中则不是所有的产品都有可能形成某种准编码规则的。究其原因，由如下两

点：一是由于现代产品设计的历史浅、二是由于产品更新的周期短。

在工业化时代之前的传统设计，无疑信文中同样存在符号的外延与内涵两个方面。但是在工业化时代到来之后，留存于现代的传统设计已把制作实用产品的地位转让给了工业设计，所以现时代的传统设计仅给自己留下了制作有象征价值的陈列工艺品的地位。因此随着实用功能的丧失也就丧失了原先基于客观构想的定量化的语义学规则。比如一个实用的碗，不仅在几何尺度上，并且在重量上都存在与人体间严密的匹配的量化关系。相反一个只供观赏用的碗，它可以小到、轻到只能用两个手指轻轻捏起，也可以大到、重到即使双手合抱也未能搬起。另一方面传统设计的对象一般都有悠久的历史，有丰厚的文化积淀，在构成其象征价值时除了实时的基于审美主体的主观认知之外，往往已形成了众多的准编码规则。这就是在工业化时代现代设计与传统设计在语义学规则方面所存在的差异。

以上是两种设计在制约符号形式与符号内容间结合关系语义学规则的差异。一般语义学规则中除此之外还存在另一种制约，这就是怎样的形式才有可能成为符号形式。这两种设计中都同时存在着这种制约，它们主要地是由信道中构成符号形式实体的材料、对其加工的工艺以及信文所构成的功能所决定的。但是由于两者设计所使用的材料与工艺有很大的不同，往往也产生了这方面的不同，这也是从事工业设计工作的原工艺美术师所不得不加以注意的所在。

## (2) 语构规则的依存性差异

由于现代设计是以创造物的可用性来延伸自身功能不足的文化价值的创造活动，所以它就具有了与人结为人、物系统进行运作的必然性。而现代设计的语构学规则正是一种依存于这种人、物系统运作关系的非自立的外界依存型语构。反之，现代的传统设计已经丧失了它的实用价值，所以也就丧失了这种系统运作的必然性。因此也就失去了这种外界依存的必要性，也就是失去了它由人体与生理特性所制约的语构学规则。这就形成了现时代的现代设计与传统设计在语构学规则上的重大差异。

此外，不论现代设计还是传统设计，都在成形中存在着现代工程工艺的制约。而传统设计在成形中仅留下了传统手工工艺的制约。

以上是现代设计与传统设计在语构学规则上的差异，这些都是凡准备从事工业设计活动的工艺美术师们所不得不加以注意的所在。

## 7.3.4 构成方式的根本差异

在信文的构成中，传统设计曾经是非常严密的目的构成。但是随着其实用功能，即符号外延的逐渐丧失，原先严密的目的构成也逐渐地趋向随意。发展至极致，将可能丧失全部的意指内容，即每个部件的客观作用，而最终有成为非目的构成。也就是说连所制作的对象究竟是象征着什么，也未必非一目了然不可。如果不同主体在对它的把玩之中，能



分别形成各不相同的意指内容的话,那就更是意趣无穷。此外,传统设计中的象征价值也不同于现代设计的象征价值,因为它已逐渐地丧失了它的实用价值,所以它的象征价值也就逐渐地变为只是对其形式的主观价值而已。也就是只看重它的样式而已。

现代设计是以实用价值为其存在的前提的,没有实用价值就没有现代设计的产品的存在,没有实用价值也就没有基于它的象征价值。现代设计的产品不仅每个部件分别具有各自的语义(功能或作用),并且作为完整构成体的信文更有它复杂的语义结构(实用价值)。所以现代设计是基于严密的语义学与语构学规则的目的构成。即使是它的象征价值也不同于传统设计的象征价值,它是一种二次功能,是基于实用价值这种一次功能而形成,而确立的主观价值。

综上所述,首先必须构成实用价值,并以实用价值与其符号形式的双面体为客体构成象征价值是现代设计所不同于传统设计的主要分歧点。所以,凡欲进入工业设计领域活动的原工艺美术师们必须时刻注意原先在自己的活动领域所不了解的创造实用价值的目的构成与自己的活动领域所完全不同的还必须基于实用价值的象征价值的创造。

### 7.3.5 符号感知性的根本差异

#### (1) 传统设计感知的单一性

在工业化时代之前,传统设计曾负有为人类提供实用产品的使命。它曾是以实用功能为其主体功能,曾以该功能作为人类自身某一功能的延伸。所以它就必须以其形式去驱动人类某功能所对应的感觉系统。结合该符号形式与语义的心理空间就是该对应的感觉空间,如一张椅子它将自己的功能作为人类本体功能的一种延伸,它将以自己的形式去驱动人类所对应的以本体感觉为主的综合感觉。所以椅子的符号就是以本体感觉为主的综合感觉符号。当年的传统设计符号也曾经具有过综合的感知特性。

但是进入工业化时代之后,传统设计终于完成了自己提供实用产品的使命,丧失了自己的实用价值,它也就不再是人类自身某一功能的延伸,也就失去了以其形式去驱动人类可对应感官这一目标。作为一个三维的构成体它惟一留下的只是视觉对它的感觉与认知,惟一地成为存留于视觉的象征价值。所以进入了工业化时代之后的传统设计终于使自己的符号最终成为一种视觉符号,使自己逐渐地衍化为纯粹的视觉的艺术。

#### (2) 现代设计感知的综合性

现代设计自诞生之日起,就一手接过了传统设计递上的接力棒,承担起了为人类提供实用产品的使命。它在符号的感知特性上,也全面地继承了工业化时代之前设计与制作实用产品的传统设计的综合感知特性。但由于现代设计的产品功能比从前的传统设计更为复杂、更为综合,所以现代设计的符号综合感知特性比从前的传统设计也更加提高了

综合度。这是现时代工业设计与传统设计间的又一项重大的差异,但是,仅由于现代设计的符号也是可视的,使不善于逻辑思维,而擅长于形象思维的人们,往往仅以其表面的可视性而武断地认定现代设计也是视觉艺术。这实在是一个极大的误会。

### 7.3.6 编码性质的根本差异

现代设计是为了满足现代人在生产与生活中对实用功能的需求所作的响应,所以设计是以构成产品的实用价值为其主要目标,设计符号是以实现实用价值的传达为主要功能。但是工业设计中的实用功能不是单纯的物的可用性,而是作为使用者自身功能不足的一种延伸,所以结成一种人物系统的运作也是必然的。由于人类的引入也必然地引进了不确定性,使系统的编码性质具有了双重性:既有以逻辑编码的性质为主的一面,又有以艺术编码性质为辅的一面。使其成为以社会逻辑编码为主,以社会诗学编码为辅的无法分割的社会编码。说它既受基于客观构想的符号的语义学规则制约的主要方面,又有基于审美主体心理认知制约的辅助方面。为了让信文去实现对收信人的如期诉述与驱动的目标,甚至还致力于创造一个与其文化价值相符的信文语境,去帮助对这种文化价值的解读。所以尽管工业设计的符号传达不是一种理想的传达,尽管还存在内涵的一面,但是并没有影响它成为一种追求广大收信人的广泛理解的目标,成为一种发信人主体性的传达类型。

至于在现代工业化的背景下,传统设计已经将自己生产实用产品的功能让位给了工业设计,只给自己留下了制作陈列工艺品的功能。因此,现代工业化背景下传统设计的文化价值中就只留下了惟一的象征价值,而成为一个没有外延的“符号”。从本质上说没有外延的符号就只属于艺术编码的符号。所以从编码性质,现代的传统设计也全面地倒向了自由艺术。

### 7.3.7 传达类型的差异

在符号存在的物理空间可能都是完全相同的符号实体,但是它作为符号形式在与符号语义结合的心理空间上由于感知特性的不同,它们也可能成为完全不同的符号。现代的传统设计与工业设计两者之间就是如此,它们虽有完全相同的符号实体但它们在心理空间所形成的符号则已经是完全不同的符号。在传统设计中所形成的是表现符号,而在工业设计中所形成的首先则是社会逻辑符号。在传统设计中的传达类型是语境依存性的传达,而在工业设计中的传达类型是更接近于规则依存性的传达。所以符号的传达类型也是区分传统设计与工业设计的分水岭之一。

### 7.3.8 传达主体性的根本差异

早已了解,工业设计中发信人之所以要在产品中创造实用价值与象征价值就是为了让这些价值实现对收信人的忠实传达、如期驱动。所以设计符号的功能就是一种以传达产品实用价值为主的文化价值的实用功能。在这种符号系统中,信文编码不仅为收信人对信文的解码提供了

严密的编码规则，还为收信人对信文的解释提供了正常的语境，乃至准编码规则。设计师煞费苦心地创造的文化价值一般都能为广大的消费者、使用者所基本重建，所以，必然又必须是一种发信人主体性的传达。

而现代的传统设计因为已经丧失了它的实用价值，它所关心的已只是产品的象征价值，已只是对产品形式的主观价值。所以也在一定程度上成为一种信文构成的自我目的化。信文的构成并不遵循于收、发信人双方所共知、共识、基于客观构想的、严密的符号规则。因此在信文中也并没有给收信人解释信文语义以太多的线索。收信人在信息“重建”中也只是一种参与对符号规则的猜测，到参与对信息的见仁见智、千人千面的再创造。所以，同一信文就有产生多种意指、多种价值的可能，这也正是现代传统设计的魅力之所在。收信人们究竟各自创造了怎样的信息，发信人根本无法左右。在这一方面传统设计也倒向了自由艺术的那种收信人主体性的“传达”。

综上所述，自从进入现代社会以来，传达的主体性的不同已成为传统设计与现代设计间的又一项重要的差异。

### 7.3.9 信道性质的根本差异

在传统设计中，信道是一种基于手工工艺技术的人工信道。在该信道中产品一般都是单件制作的，并不复制信文，并且这种单件制作也成了它的价值之所在。与观众直接见面也就是工艺美术师所制作的原作，所以这个信道中一般可以不必考虑噪声、失真的影响。

在工业设计中，信道是一种有特定的工程工艺技术所构成的人工信道。所构成的信文则必须在信道中进行大批量加工、复制，才最终送达每一位消费者、使用者手中，才能实现对最广大的使用者的诉述与驱动，真正完成工业设计的目标。在进行大批量复制时信道中的噪声会给产品带来失真，所以如何消除信道噪声、减少产品的失真是工业设计师不能不关心的重要技术。信道是设计传达过程所不可或缺的、重要的组成部分。信道及其消噪技术是工业设计师所必需熟谙的重要专业知识。

但是，如前所述不论是传统设计或工业设计，都有专业化的分工问题。只不过在现代设计中，由于现代科学技术的不断进步，科学知识的不断膨胀，信道技术的专业性较之传统设计要强的多。不同媒体技术间的专业化分工是现代设计领域的重要特征。因信道媒体技术的不同分别形成了产品设计、视觉传播设计、听觉传播设计与环境设计等不同的专业化领域。并且是否真正地实现了这种分工也成了是否真正确立了工业设计的试金石。

### 7.3.10 小结

综上所述，用符号学的视点来审视工业设计与传统设计，同样也既有相同之处，又有相异之处。下面用表 7-3 来概括地表示它们之间的异同。

表 7-3 现代工业设计与传统设计异同的符号学审视

			工 业 设 计	传统设计
符号实体			形状、色彩、材质	形状、色彩、材质
文化价值	外延		实用价值为主	(已丧失)
	内涵		象征价值为辅	仅有象征价值
符号功能			“信息”传达的实用功能为主	情感功能
构成方式			目的构成	趋向随意
符号感知性			以本体感觉为主的综合感觉符号	单一视觉符号
符号传达类型	外延		规则依存型	(无外延)
	内涵		规则依存型为主兼用语境	语境依存型
编码规则	语义规则	外延	基于客观构想的编码规则	(无外延)
		内涵	有规则化为准编码的可能	有准编码的可能
	语构规则		外界依存性编码规则	趋向随意
传达主体性			发信人主体性	收信人主体性
信道媒体技术			互换式、专业化工程媒体技术	手工媒体技术

7.4 工业设计学科性质的符号学审视

本书从符号学的观点上对设计，特别是其中的工业设计作了审视。本节将回顾工业设计的学术与教育的现实，总结全书。

7.4.1 学科性质

经历了符号学的分析之后，现在回过头来试回答在绪论一章中提出的问题。从学术的角度来看，工业设计究竟是经济基础呢，还是上层建筑？工业设计是造型艺术呢，还是造物艺术？工业设计的核心文化价值是实用价值呢，还是象征价值？

(1) 工业设计是生产力

工业设计之所以诞生，就是为了对日益增长的社会物质需求所作出的响应。不论人们主观愿望如何，它首要就是为了要使现代生产力所生产的对象能以高度的实用价值为人类服务而开展的设计。所以，工业设计的本质从它一诞生之日起就已决定了它绝非是上层建筑，而是生产力构成的一个部分。尽管它还有象征价值的部分，但无论如何也不可能成为像自由艺术那样纯粹作为一种意识形态而存在，而只能作为产品的一种附加价值而存在。

有人说，设计就应该使其对象成为具有高度个性化的、不可重复的，同时又应富于高度艺术性的作品。诚然，设计是为了满足消费者、使用者的各种需求而作出的响应，而消费者、使用者除了会对设计的对象提出客观的、实用价值的需求之外，当然也还会对设计对象提出主观的、象征价值的需求。因而设计就应尽可能地在满足消费者、使用者对产品实用价值的需求的同时，也应尽可能地满足消费者、使用者对产品



象征功能的需求，从而也就应满足对产品个性化的需求、对产品高度艺术性的需求。但是这一切是不能步莫里斯等人的后尘以牺牲生产力、提高生产成本为代价的。如果哪位设计师打算以制作工艺方式，单件不重复地、高度个性化地来制作工业产品的话，那他就必须面临两个无法回避、又无法解决的问题：一是否有哪位消费者愿意以高价买断你从设计、开发、生产直至专利等的全部费用，来换取惟一的一件产品？二是即使有这样一位富翁愿意出高价买断你的设计，但对于整个消费市场而言你仍等于什么也没有做，因为光中国等待该产品的消费者将仍是 13 亿。他们仍在翘首以待，等待真正的工业设计师给予他们的满足。世界之大可能无奇不有，即使有这么一位对生产力无知到如此地步的设计师（如莫里斯等人）的话，但也决不会有对生产力、对商业利润无知到如此地步的企业家。在有如此广泛需求的市场面前，在现代高度发展的生产力面前，只有高度发展的生产力才能满足社会对实用产品的最广泛的需求。设计师对产品的个性化也只能在保证生产力的前提下依据标准化、模数化来实现的，因为标准化、模数化能带来部件的高度可互换性，这是不以人们的意志为转移，也为近百年来国际工业设计的现实所证实的。

### （2）工业设计是造物艺术

再者，究竟什么是产品的艺术性？人们决不能忘记设计师的创造绝不是一种自由艺术品的创造、艺术美的创造，而设计师的创造是造物艺术的创造、产品技术美的创造！所以设计师所应追求的艺术性，将不同于自由艺术家所追求的艺术性；设计师所应追求的美，也不同于自由艺术家所追求的美。

自由艺术作品中的艺术美是一种没有实用功能的美。但是，工业设计师所创造的产品美，首先就以其实用价值最佳地实现为前提的技术美。正如前所述，蕴含于产品象征价值中的美，它与整个象征价值一起是建立在审美主体对该产品的实用价值与其形式结合体的一种主观价值。所以说，工业产品的美不仅源自产品的形式，更主要的是源自这种形式所承载的高度实用价值。所以，工业设计作为一种艺术，它不是一种自由艺术，而是一种非自由的造物艺术！

造物艺术之所以不是一种自由艺术，是由于它不是从自由生成的形式中独立地产生审美价值。它只有首先服从于它的功能，并且也只有在其形式与功能的完美结合中才能形成产品的审美价值。这也正是包豪斯所提出的设计理念：“形式必须服从功能”。并且还如他的后继者们所提出的那样：“形式还必须提示功能”。所以产品的美不是蕴含于某种先验的形式之中，造物艺术也不是撇开产品的实用价值寻求这种与产品实用价值无关的先验的审美形式。正如美国设计教育家冯·多伦所说的那样：造物艺术的美的形式是在与其功能、材质以及工艺的高度结合中的一种合乎逻辑的必然。

### (3) 工业设计核心价值是实用价值

众所周知,对蕴含于产品中的实用功能的需求,是人类生活中最基本的现实需求。失去了这种实用功能,就失去了工业产品存在的一切前提与可能。而生产力的发展是满足这一需求的保证,这是不以人们意志为转移的社会发展的必然。工业设计就是为了满足人们对现代生产力所生产产品的设计要求所作出的响应。

它不仅要在这些产品中创造对于人类社会发至为重要的实用价值,并且它还要在这类产品中创造对于人类来说也是必须的附加价值。正是这种有着以实用价值为主体成分,以象征价值为附加成分的文化价值才是要在产品设计中不遗余力地进行创造的内容。这也正是产品中的美的创造,一种造物的美的创造。

#### 7.4.2 美学性质

从美学的角度来看,工业设计中的美究竟是属于一种什么性质的美呢?工业设计中的美仅关注于产品的感性形式呢,还是更偏重于渗透在感性形式之中的理性内容?工业设计中的形式究竟是艺术活动的产物呢,还是生产实践的产物?工业设计的产品中存在的形式决定了现代造型艺术的审美意识呢,还是现代造型艺术的审美意识决定了工业设计产品的形式?

##### (1) 工业设计创造技术美

大家知道,世界上美的表现形态千变万化,但从其本质上来划分的话,仅存在两大类型:其一是人们所常叨念着的,也是人们非常熟悉的,所谓艺术美;其二则是无时无刻不在默默地陪伴着人们的生活,但人们对它却往往漠然处之,了解不深,乃至熟视无睹的,所谓现实美。相反,这种存在于人类现实生活中的现实美则是美的最基本、最重要的领域。因为没有现实生活中的现实美,也就失去了产生艺术美的基础与源泉,也就没有了艺术美。反之,之所以要有艺术美也正是为了反作用于现实生活,使生活变得更美。

现实美,它既存在于客观的自然界,也存在于人类的社会生活之中,所以从本质上来说,它又可被划分为自然美与社会美。其中所谓自然美就是人们在游山玩水时所领略的那种不经人工雕琢,或很少雕琢的美,所谓社会美则是现实生活中社会事物所蕴含的美。社会美伴随着人类的社会实践而产生、而发展。它既体现在人类社会实践的成果上,也体现在人类社会实践的活动过程中,甚至还体现在进行社会实践活动主体(人类)与其环境之中。所以社会美有着非常广泛的对象与范围。

生产实践则是一切社会实践活动中最基本、最重要的社会实践。伴随着生产实践而产生、发展的美也是最基本、最重要的社会美。这种社会美也就是生产技术活动的产物,所以也可以称之为技术美。由于生产技术活动既可以采用传统的手工艺工艺技术,也可以采用现代的工程工艺技术,所以技术美还可能反映出传统技术美与现代技术美两种不同的

形态。

设计正是为了这一社会的生产实践活动的需要而诞生，所以它所创造的技术美既体现在社会生产实践的成果中（如产品设计所创造的美），也体现在社会生产实践的活动过程中（如 CI 设计等所创造的美），也还体现在进行社会实践活动的环境之中（如环境设计所创造的美）。而广义的工业设计则是为了现代社会的生产实践活动的需要而诞生，并采用着现代工程的工艺技术，所以它所创造的是一种现代技术美。这种现代技术美则是现代社会美中最基本、最重要的技术美。也正因为如此，人们还把工业设计称为现代设计。

### （2）技术美的特征

技术美也好、艺术美也好，凡是美都存在着以下四个方面的共同特点：这就是形象性、感染性、社会性与新颖性。但不同美的类型毕竟还有各自美的不同的特点。技术美既是一种社会美，所以它就与一切社会美一样具有艺术美中所不具备的三方面的主要特征：这就是实践性、功利性与时代性特征。

现将技术美的主要特征归纳如下。

① 实践性。是指社会美是总体社会实践的产物，始终与社会实践直接相关联。而社会美中的技术美则是社会生产实践的产物，与社会生产实践直接相关联。而工业设计中现代技术美则是在现代机械化、工业化基础上采用大批量、按工种分工的互换式生产方式的现代工程工艺条件下的生产实践的产物。不论功能的实现，或是形态的构成都直接与这一生产方式、工艺技术直接相关联，都带有该生产方式与工艺技术所固有规律的深深的烙印。所以实践性中也就反映出了技术美中合规律性的“真”，这种规律性就是价值创造的理性规律。所以，凡从事工业设计的工业设计师都必须熟谙这种生产方式与工艺技术，才能真正实现对物的功能与形式的创造、技术美的创造。

② 功利性。是指社会美始终与社会实践所追求的功利目的密切关联，在其美中必然地显现出它的功利内容。所以工业设计中所蕴含的技术美则始终与生产实践中所追求的产品实用价值等功利目的密切关联。所以它与一切社会美一样，在内容（实用价值）与形式的关系上始终偏重于渗透在感性形式之中的理性内容。这些理性内容，不仅包括所追求的产品的实用价值，还包括经济性、省材性、安全性、社会性等多方面。所以功利性中也就反映出了技术美中合目的性的“善”。所以一名有为的工业设计师必须全方位地着眼于功利目的的实现。

③ 时代性。是指社会美始终直接与当时社会实践活动中的生产技术、科学水平、生活条件、生活方式、社会制度与时代风貌等社会历史条件密切相关联。而作为现代的技术美除将直接与现代的生产技术、科学水平、生活方式、生活条件等密切相关联外，还间接地受时代意识、风貌、社会制度等上层建筑的反作用。也就是一个时代的生产实践造就

了一个时代的技术美，一个时代的上层建筑又反作用于一个时代的技术美。

### (3) 技术美的由来

由前面知道，自由艺术中的造型艺术，从它们符号的感知性来说，它就是视觉符号。并且由于它根本就不存在功利目的、不存在实用价值，所以它的象征价值也只能仅仅来自它的形式，仅仅是对于形式的感性认知。所以自由艺术家就致力于这种视觉形象的塑造。造型艺术的美也就必然直接来自视觉形象，而这种美的存在也就必然是一目了然的。

同时也知道，在现代丧失了实用价值之后的传统设计也是如此，它的形式已从功能中解放了出来。它的象征价值也就成了仅仅建立在它的视觉形象上的主观价值了，即从以前的实用工艺品衍化为现在的陈列工艺品了。所以工艺美术师们也就更注重致力于这种视觉形象的塑造。这种美也就自然地来自它的视觉形象。使自己也成了视觉艺术。

但是造物艺术中的工业设计则不同，它保持了创造实用产品的传统。从其符号的感知性来说，产品的功能或作用未必是它的视觉所感受的语义，所以就未必是视觉符号。也就是其符号形式未必是通过视觉来认知的，正如前面所分析的，一把椅子就是通过本体感觉来认知的。并且由于造物艺术的象征价值，不仅来自它的形式，更主要地还来自它的实用价值。它是以产品形式与实用价值相结合的符号双面体为能指时，基于审美主体心理认知的所指，即主观价值。所以造物艺术的美就不仅仅来自形式，还必然来自它的实用价值。由于它的实用价值是基于客观构想的编码规则的，所以对于并不了解这种编码规则的人来说就不可能“读取”它的实用价值。从而也就影响了他对该产品象征价值的确认和审美价值的确认。

这样的例子很多，当人们看到一台关着盖的，貌不惊人的手提式计算机时，往往也会受到它技术美的感染。因为人们了解它的编码规则，所以了解它的实用价值，或许还会对它发出轻微的、赞叹的呼声。当打开它的盖子，将双手放在它的键盘时所得到的那种舒适的手感，一经使用发现的它那强劲功能，这时或许就再也不能压制自己的激动了，不由得发出长长的一声“哇”！但是当同样提着这台计算机，带到偏远山区摆放在足不出户的老太太面前，她或许只是用疑惑的眼光瞟着，这是县城的一块城墙砖吧，怎么能打磨得这样铮亮铮亮？可见，技术美对于不了解它的编码规则、不了解它的实用价值的人来说，它是无法引起她的审美的欢愉的。

所以技术美的创造，首先就要创造它的强劲功能，它与人体、生理以及心理的高度匹配，创造它与功能、材料、技术的高度统一、融为一体的形式。只有这样人们才能创造出具有高度审美价值的技术美来。由此也可知，正如技术美的特性中所指出的，技术美更重视渗透在感性形式中的理性内容。人们只有掌握了这种理性内容，才能更好地理解它的



文化价值，才能引起审美的欢愉；而人们只有掌握了这种理性内容，才能更好地创造它的文化价值，更好地创造具有高度技术美的工业产品。

### 7.4.3 设计的本质

#### (1) 设计过程

从广义上说，所谓设计是指为了达到某种特定的功利目的，从进行构思、构形、到进行概念的组织，乃至理性化的规划，以建立一个切实可行的实施方案，并以明确的手段表现出来，以供用分工或不分工的方式实施制作的系列性行为。设计的这种功利性目的既可以是精神性的，也可以是物质性的。但一般而言是指对各类造物活动的规划，这也正是本书所研究的设计活动。

由于所采用的工艺技术的不同，设计对象的制作生产往往有如上所说的那样，设计活动可用分工或不分工的两种方式进行。在采用手工工艺技术的、生产力低下的传统设计中，设计活动与作品的制作也就用不分工的方式一气呵成；而在采用现代化的工程工艺技术的现代设计中，为了对技术的熟练掌握，使生产效率的提高，不仅设计与产品生产是经过严密分工的，并且在产品生产的各个工种之间也是经过严密分工的。所以设计师更侧重于设计的规划部分。分工给设计师的主要工作也就是从某种特定的功利目的出发，从进行构思、构形、到进行概念的组织，乃至理性化的规划，以建立一个切实可行的实施方案，并以明确的手段将它表现出来。

#### (2) 工业设计的定义

究竟什么是工业设计呢？当然，工业设计也是指为了达到某种特定的功利目的，从进行构思、构形、到进行概念的组织，乃至理性化的规划，以建立一个切实可行的实施方案，并以明确的手段表现出来、以供实施制作的系列性行为。那么，它有哪些不同于其他设计的特点呢？

所谓工业设计，它是在现代化、机械化、大工业的按工种分工的、互换性生产方式的基础上形成的设计，它是这种生产方式的必需。所以反映出的第一个特点就是以这种生产方式所生产的产品为自己的设计对象。但是人类在创造了一种物的可用性的同时，往往也给人类自己套上了物的枷锁。并且在漫长的历史长河中，这种反面教训比比皆是。卓别林“摩登时代”中的卡住他师傅的大机器；使他发狂的又快又单调的流水线；给他喂了个大螺帽的喂饭机，无一不是人类为了它的可用性所创造出来的物。但是它的可用性并没有给使用者带来相应的幸福，使这种可用性成为自身功能的延伸。设计不良的办公家具也无不如此，反而给人们带来种种病痛。这些教训终于让人们认识了这样一个真理：人类必须克服、消除科技文明发展中忽视人的负面作用；必须改变使人沦为物的奴隶地位的现状。设计不仅是创造“物”自身的可用性，而更主要的是创造了能延伸人类自身功能不足的文化价值。也就是要使物的可用性衍化为人类自身与生俱来的肢体一般得心应手、应用自如的功能。经历

了20世纪30年代险些扼杀了生金蛋鹅的痛苦历程之后,终于在40年代确立了人本位的设计理念。提出了设计必须让产品与使用者之间取得最佳匹配的目标。所以这样的设计才真正成为—种创造性的活动,为人类创造了前所未有的、崭新的生活方式与生产方式。在工业化的同时,也带来了将商品纳入全球性大循环的、高度商品经济时代。工业设计也就成了商品经济的必然。所以这种创造性还被应用于投入较少,但能有较长时期不断回报的改型设计之中。这就是现代给工业设计所下的定义:以工业化生产的产品为对象;以使物与使用者的身、心取得最佳匹配为目标;以原创性设计及改型设计为范围;以人本位设计为理念的创造性活动。近年来,这种理念还进一步地得到了发展:这种人本位不能被视为—时—事中,人所得到的主宰地位。更重要的还必须使人类的创造与社会、自然之间能长期地协调,以保证可持续发展的可能,使人类永远立于真正的主宰地位。

#### 7.4.4 工业设计教育

在明白了什么是设计之后,就应再来审视这样的工业设计究竟是一个怎样的学科?人们应有怎样的设计教育?

##### (1) 设计学科知识结构的交叉性

众所周知,工业设计作为一个学科必然有自己特定的知识结构。在第二篇的分析中已经知道工业设计必须有进行信文加工、复制的信道,才能使真正承载有文化价值的产品去驱动最广大的使用者。所以工程技术是其决不可缺少的重要组成部分。缺少了工程技术,工业设计就成了画饼充饥!工业设计不仅是创造物的可用性而且还要使之成为人类自身功能的延伸,就像自己与生俱来的功能—样应用自如、得心应手。所以工业设计学科就必须用工程的定量化、理性化手段研究最广大的使用者群体自身的正常功能,以使产品与人类的身、心取得最佳的匹配。所以人类工程学就成了工业设计所决不可少的核心组成。正像—章在办公家具设计中所分析的那样,缺少了人类工程学的支持,—个设计可能还会在不知不觉中成为人类健康的杀手。

众所周知,工业设计中还将创造人类对产品的主观价值,也就是基于人类心理认知的象征价值,这种价值就构成了产品的技术美。所以工业设计还必须研究审美学科,研究技术美的创造,研究工业美术。并且当—种象征价值被反复使用于某—特定的语境时,还会成为—种文化的积淀,所以为了象征价值的创造人们还必须有诸如文化人类学那样的人文社会学科的支持。

简言之,工业设计就是工程技术、人类工程学、艺术与社会人文等学科间的—门大门类的交叉学科。只有真正实现了这样—种大门类学科间的交叉,才能真正建立起工业设计的学科。而其中任何—门单独的学科都不能替代工业设计学科的建设。工程技术是如此,艺术等也是如此。如果—个独立的工业设计学科可被任何—个单独的学科所替代的

话,那既有了这个学科又何必还要建立什么工业设计学科呢?而工业设计学科还有什么存在的必要与可能呢?为了培养出真正的工业设计师,就必须让学生掌握能大体覆盖这样一个交叉学科的、完整的知识结构。交叉学科中任何单一学科的片面知识都不能代替工业设计学科的完整知识结构。艺术是如此,工程技术等也是如此。如果工业设计学科完整的知识结构能被某个单一学科的片面知识替代的话,那既培养了某个学科的学生了又何必去培养什么工业设计的学生呢?

### (2) 师资构成的多样性

鉴于工业设计学科是一门大门类的交叉学科,所以作为工业设计的专业教育也就必须适应它作为交叉学科的性质。并且就必须确立培养交叉学科学生所必需的、完整的知识结构。为了保证这种知识结构,在工业设计学科中首先就必须有师资构成的多样性,而尽量减少其过多的重复性。它不仅需要有工程学科的教授,也要有艺术学科的教授,还要有人类工程学,乃至社会人文学科的教授。只有这样才有可能建立起一个真正的工业设计学科。既然学生是如此,所以从事工业设计教育的教师也应如此。也必须全面地掌握这一交叉学科知识结构中所必需的知识,并且在这个基础上有每个教师自身的所立足的学术强项。

再者,本来一个交叉学科就是学科间的融合,而不是学科间的凑合。从这一点上来说不同学科教授之间就必须你中有我、我中有你。必须要我有我的特长,但也必须要有我对你的了解。只有这样才有可能建立起一个真正的交叉学科。对交叉学科任何一方的排斥,就将彻底地扼杀工业设计这一交叉学科的发展。

### (3) 培养目标的多层次性

工业设计是一个系统工程,又是现代生产力的典型代表。所以它的活动不是一个个体的自由职业者所能胜任的。工业设计活动必然是一个大“兵团”的作战活动。每个人都各有各的职司、各有各的分工,而只有让分工的任何一个方面都具备同等的高效率,同等的高水平并进行协作,才能保证这样一个系统工程保持在整体的高效率、高水平上。但是对于这样一个大门类的交叉学科,要求每一个人在这样一个大门类交叉学科的任何一方面都保持同等的高效率、高水平,那简直是不可能的。所以分工是必然的,只有分工,才能使整个团队保持在最高的效率、最高的水平下运作成为可能。例如,对人类工程学、对数理统计等掌握的最好的人可以分工让他主要地从事各类设计调查;又如,对人本位设计理念、对设计目的构成等掌握的最好的人让他主要地从事概念设计……等。

并且在工业设计的各个活动领域中,在设计活动的每个环节上,也并非要求受教育水平完全相同的人员参与,所以设计学科的教育也就可以相应地分多层次的、不同目标来进行培养。国际工业化国家的工业设计学科的学生培养就主要地被分为三个不同的层次,按照完全不同的目标与要求来进行。

① 大、中专学校。它往往以培养设计团队中的工作助手为目标。它所培养的学生能在设计师的指示下完成设计的多数操作活动,如根据草图绘制加工所需的工程图纸,根据草图绘制与设计团队之外的诸如委托人等进行交流的设计预想图等。所以,一般以设计方案的视觉表达等操作能力为核心进行培养,而较少地涉及那些渗透在感性形式中的理性内容。

② 大学本科。它往往以培养设计团队中的独立设计师为目标。它所培养的学生必须熟悉设计的全过程,特别是从进行构思、构形、到进行概念的组织,乃至理性化的规划,到建立一个切实可行的实施方案为止的主要阶段。在参与设计工作后,必须在短期内就能掌握设计活动的全过程;经短期的研究、了解后就能适应于对各种新产品的原创性设计。所以,一般就以设计学科合理、全面的知识结构与技能的掌握为主要的教育内容。以那些渗透在感性形式中的理性内容、设计的内在规律为学习的重点。

③ 研究生。它主要是为了工业设计学科发展的需要,培养设计学科中的研究与教学人员为目标。它所培养的学生应能立足于某一组成学科,具备围绕工业设计开展研究与教学工作的能力。研究生的培养总是在经历了大学本科的培养之后,所以它再也没有与本科生一样,强调掌握设计学科知识结构与技能的全面性。相反,倒是在设计的各组成学科的某一方向上进行深造。

与国际工业化国家形成强烈对比的是中国迄今仍然是绝大部分院校都是千军万马过独木桥!不同的教育层次却用这几乎完全相同的要求与目标在进行培养。并且几乎都以国际上大、中专学校的那种以设计方案的视觉传达等操作为核心的培养目标与要求在进行。而至于那些渗透在设计信文感性形式中的理性内容、设计的内在理性规律几乎完全被排斥在知识结构之外,这是不能不引起人们深刻的反思。

#### (4) 设计领域的专业分工性

在第5章中就已经作了详尽的说明。设计是对社会不同的现实的需求所作的响应,所以诞生了不同的设计领域。这种不同的需求分别对应于不同的功能、不同的实用价值,这些功能几乎无所不在,它们几乎渗透到人类生活的所有方面。构成不同的实用价值就要有完全不同的编码规则,完全不同的信道工程技术。不对设计领域作专业化分工,要求对所有领域的全面掌握,对于任何一个人来说简直就不可能。所以,设计活动不仅在一个设计领域内像上面所说的那样必须进行按工种的分工,在设计的领域间就更有必要进行专业化分工了。在本书的最后的附录中,将以某工业化国家某设计大学已实施相当一段时间的,相对稳定的课程设置为例,以作这种领域间必须专业化分工的佐证。

与国际工业化国家形成强烈对比的是中国迄今仍然是绝大部分院校都是千篇一律的,不同的设计专业却用几乎完全相同的教学内容进行培养。并且几乎都只是以国际上设计学科中的片面的、部分基础知识,片



面的、部分学科基础知识作为大学本科的整体教育计划进行教学。而至于那些渗透在设计信文感性形式中的理性内容、设计的内在规律、不同设计学科所特有的专业化工程信道媒体技术等几乎完全被排斥在知识结构之外,这不能不引起人们深刻的反思。

### 思考与练习

1. 从符号学角度来看,为什么工业设计往往与造型艺术易于混淆?
2. 从符号规则系统来看,工业设计与造型艺术有什么本质的不同?为什么?
3. 从符号信文文化价值来看,工业设计与造型艺术有什么本质的不同?为什么?
4. 从符号信文文化价值来看,工业设计与造型艺术的象征价值间有什么本质的不同?为什么?
5. 从符号信文的构成方式来看,工业设计与造型艺术有什么本质的不同?为什么?
6. 从符号信文的读取来看,工业设计与造型艺术有什么本质的不同?为什么?
7. 从符号传达的信道特征来看,工业设计与造型艺术有什么本质的不同?为什么?
8. 从符号传达主体性来看,工业设计与造型艺术有什么本质的不同?为什么?
9. 从符号美学形态与特征上来看,工业设计与造型艺术有什么本质的不同?为什么?
10. 从符号学的角度来看,构成工业设计的专业知识应有怎样的结构?为什么?
11. 从符号信文文化价值来看,工业设计与工程设计又有什么本质的不同?为什么?
12. 从符号信文的构成方式来看,工业设计与工程设计又有什么本质的不同?为什么?
13. 从符号信文的读取来看,工业设计与工程设计又有什么本质的不同?为什么?
14. 从符号传达的信道特征来看,工业设计与工程设计有什么本质的不同?为什么?
15. 在进入工业化社会前后传统设计在产品文化价值上出现了怎样的变化?与现代设计产生了什么本质的不同?为什么?
16. 在进入工业化社会之后传统设计在产品文化价值变化的同时给构成方式带来了怎样的变化?与现代设计产生了什么本质的不同?为什么?
17. 从符号信文的读取来看,传统设计与现代设计又有什么本质的不同?为什么?
18. 从符号传达的信道特征来看,传统设计与现代设计有什么本质的不同吗?为什么?
19. 工业设计究竟是生产力还是上层建筑?是造型艺术还是造物艺术?为什么?
20. 工业设计的核心价值究竟是什么?是实用价值还是象征价值?
21. 工业设计所创造的美究竟是什么类型的美?它有哪些三方面特征?
22. 试从符号学的角度来阐明什么是艺术美?什么是技术美?两者间又有哪些本质的差异?
23. 设计究竟是纯粹的感性过程呢,还是同时也伴随着理性的过程?
24. 什么是工业设计?为什么会出现工业设计?为什么现代社会需要工业设计?
25. 工业设计究竟是一个怎样的交叉学科?
26. 工业设计教育为什么需要师资的多样性与学生培养的多层次性?
27. 现代设计各领域为什么需要学科间的专业化分工?

附录 国外设计学科的课程设置举例

这里所列举的国外设计学科课程的设置，只是一个比较典型的例子而已，并非只是惟一的可能。之所以举此为例，是由于它较为典型地反映了设计这一交叉学科的应有知识结构。其中除了部分必修的课程之外，还有大量的选修课程。之所以设有大量的选修课程，也正反映了设计是一个系统工程，是为学生能在设计团队中从事自己较为拿手的工作而设置的。

1. 课程设置的特点

现代设计各学科的课程设置反映了以下四个方面的特点：一、各设计学科在公共课与学科基础课的设置上强调了公共性，所谓公共性不仅反映在四大设计学科间的公共性，还包括与对应工程学科间的公共性；二、强调了每个设计学科本身的学科交叉性，从任何一个设计学科的课程设置来看都反映了设计是一个大门类的交叉学科；三、强调知识结构的合理性，也就是在课程设置中反映了设计学科是一个大门类的交叉学科的特点，及其合理的知识结构；四、强调了设计学科间专业课程的差异性，说明了专业化领域的分工是现代社会的典型特征，也是现代设计学科的重要特征。

2. 公共课

所谓公共课不仅是为了设计学科所开设的共同的理论基础课程，还是所对应的工程学科的共同基础理论课程。在一开始就反映出了设计是一个大门类的交叉学科，强调了学科知识的交叉性。课程包括了人文类、艺术类（它的基础理论课艺术学包括在人文类之中）、社会类与自然科学类四个方面。其中东、西方文化史、文化人类学、产业结构论与各自然科学类的课程是很有特色的。特别是惟一的三门必修课程都是数学课程，这说明了它作为培养逻辑思维能力以及今后为了理性化的设计过程的事实，学习理性知识的课程是必不可少的。在选修课中出现的生物学与神经生理学课程，也是很有意义的。这对什么是仿生设计，以及研究设计符号的感知与认知规律都有很重要的意义。

课程门类	课 程 名	学分数	选修学分	必修学分
人文类	哲学	4	8—16	
	艺术学	4		
	东方文化史	4		
	西方文化史	4		
	心理学	4		
	伦理学	2		
	逻辑学	2		

续表

课程门类	课 程 名	学分数	选修学分	必修学分
社会类	经济学	4	8—16	
	社会学	4		
	法学	4		
	政治学	4		
	文化人类学	4		
	产业结构论	4		
	社会地理学	4		
自然类	生物学	3	8	
	生物学实验	1		
	神经生理学	2		
	化学 I	3		
	化学实验	1		
	物理学 I	4		
	微积分学	3		3
	线性代数	3		3
	数理统计	3		3
其他	综合课程	6		
	第一外语	8		
	第二外语	4		
	体育与保健	4		
	语文	8		

3. 学科基础课

所谓学科基础课是为了今后学习专业课所必不可少的基础理论与实践的课程。其中的基础造型、图学、色彩理论与色彩规划课程虽属于艺术类的课程，但都强调了其理性的方法。特别是后两者正体现了早在20世纪40年代就已形成的为工程所使用，利用工程手段进行了改造的所谓工业美术的特点。而图学中既包括透视画法也包括平行投影画法的工程图学，但这些在文艺复兴时代就早已成了艺术学科的经典课程。这些课程中的推测统计学与主观评价法则是进行设计调查与评价所必不可少的理论与实践方法。

课程门类	课 程 名	学分数	选修学分	必修学分
一般科目类	基础造型 I	2	10	2
	基础造型 II	2		2
	基础设计 I	2		
	基础设计 II	2		
	图学	4		
	微分方程	2		
	复变函数与运算微积分	2		
	物理 II	2		
	物理实验	1		
	化学 II	2		
	解剖学	2		
	生理学	2		

续表

课程门类	课 程 名	学分数	选修学分	必修学分
系统工程类	推测统计学	2	6	1
	主观评价法	1.5		
	系统工程 I	3		
	系统工程 II	2		
	系统工程练习	2		
	计算机实习	1		
	计算数学	2		
信息工程类	信息论	3	6	2
	电工技术	3		
	电子技术	3		
	电工试验	2		
	色彩理论	2		
	色彩规划	1		
	软件工程 I	2		
	软件工程 II	2		

4. 专业课

由于现代设计是大门类的交叉学科，所以各领域间存在专业化的分工。它们分别为产品设计、传播设计与环境设计三大领域。其中传播设计由于媒体技术的不同，又分为听觉传播设计与视觉传播设计。之所以有如此分工是由于决定其信道技术的工艺技术完全不同所致。所以这种专业化的分工及其专业课设置与它所对应的工程学科有直接的关联。

(1) 产品设计

产品设计是对各制造业所生产的产品进行的设计，所以与机械工程学等有着不可分割的关系。但是，它又不同于机械工程学科那样，仅考虑物与物之间的关系，仅考虑产品作为物的可用性而已。产品设计在功能上还必须考虑物对人的关系，使物的可用性衍化为使用者人类自身功能不足的延伸。所以有关人类工程学类的课程就成了专业课中的核心课程，它包括人类工程学概论、环境人类工程学、人机系统、动态学、生理人类学 I、II、感性工程学、认知科学等八门。其中还至少有四门是必修课程。此外如开设计算机图形学这种进一步对艺术类的课程作理性化、科学化改造的课程也是很有特点的。所以对诸如设计的专业化软件 Illustrator 等的开发才有了可能。不然谁能为设计学科开发各种专业化的软件？

在意匠设计方面也可以看出产品设计不是仅仅为了物的可用性，它还为了创造人类自身的崭新的生活方式，人类自身崭新的物质文化。这从生活论、生活用具论、室内设计、城市设施设计等课程的设置中就可可见一斑。不仅在功能设计中、即使在意匠设计中也非常强调信息类的课程，它是作为现代崭新的生产力而屹立在现代化的学科之林中。



课程门类	课 程 名	学分数	必修学分
功能设计	材料力学 I	2	2
	材料力学 II	2	
	材料力学实习	1	
	机械零件设计实习	1	
	计算机图形学	2	2
	计算机图形学实习	1	
	机械设计	2	
	功能设计实习	1	
	机器人工程	2	2
	机器人工程实习	1	
	机构学	2	
	机构学实习	1	
	人类工程学概论	2	
	人类工程学练习	1	
	环境人类工程学	2	2
	环境人类工程学实习	1	
	人机系统	2	2
	人机系统实习	1	
	动态学	2	
	动态学实习	1	
	生理人类学 I	2	2
	生理人类学 II	2	
	生理人类学实习 I	1	
	生理人类学实习 II	1	
	感性工程学	2	2
	感性工程学实习	1	
	认知科学	2	
	认知科学实习	1	
意匠设计	造型论	2	2
	造型史	2	
	生活论	2	2
	生活用具论	2	
	机器设计论	2	2
	设计管理学	2	
	材料加工实习 I	1	
	材料加工实习 II	1	
	康复保健机械设计	2	2
	产品规划论	2	
	室内设计	2	2
	室内规划	2	
	城市设施设计	2	2
	城市设施规划	2	
	形态信息处理 I	2	2
	形态信息处理 II	2	
	形态信息处理实习	1	
	形态信息处理实习 II	1	
	设计基础实习 I	2	
	设计基础实习 II	2	
	设计实习 I	2	

续表

课程门类	课 程 名	学分数	必修学分
意念设计	设计实习Ⅱ	2	
	设计实习Ⅲ	2	
毕业设计		6	6

(2) 视觉传播设计

传播设计中的视觉部分就是视觉传播设计。在它的课程设置中也可以明显地反映出这是一个建立在现代教育方式下的现代化的学科体系。既设置有与设计符号系统相关的视觉传达理论，与设计编码规则相关的诸如视觉心理学、色彩学等等课程。还设置有大量与信道媒体技术相关的图像系统工程学、图像信息工程学、图像处理、图像显示技术、图像设计 CAD 与图像生成等等技术性课程。这些课程设置还反映出作为一个生产力的组成之一的形象，以及作为视觉信息传达的实用价值的创造。

课程门类	课 程 名	学分数	必修学分
图像设计基础	色彩学Ⅰ	2	2
	色彩学Ⅱ	2	2
	色彩学练习	1	
	视觉心理学Ⅰ	2	2
	视觉心理学Ⅱ	2	2
	视觉心理学练习	1	
	映像学基础Ⅰ	2	2
	映像学基础Ⅱ	2	2
	映像学基础练习Ⅰ	1	
	映像学基础练习Ⅱ	1	
	视觉传达理论Ⅰ	2	
	视觉传达理论Ⅱ	2	
	图像系统工程学Ⅰ	2	2
	图像系统工程学Ⅱ	2	2
	图像系统工程学练习	1	
	图像信息工程学Ⅰ	2	2
	图像信息工程学Ⅱ	2	2
	图像信息工程学练习	1	
	图像处理Ⅰ	2	2
	图像处理Ⅱ	2	2
	图像处理练习	1	
	图像设计基础实验Ⅰ	1	
	图像设计基础实验Ⅱ	1	
图像设计	图像生成	2	
	图像生成实习Ⅰ	1	1
	图像生成实习Ⅱ	1	1

续表

课程门类	课 程 名	学分数	必修学分
图像设计	摄影规划	2	
	摄影规划实习 I	1	1
	摄影规划实习 II	1	1
	视觉媒体论	2	
	视觉媒体实习 I	1	1
	视觉媒体实习 II	1	1
	视觉信息传达	2	
	视觉信息传达实习 I	1	1
	视觉信息传达实习 II	1	1
	信息可视化	2	
	信息可视化实习 I	1	1
	信息可视化实习 II	1	1
	图像显示技术	2	
	图像显示技术实习 I	1	1
	图像显示技术实习 II	1	1
	图像设计 CAD		
	图像设计 CAD 实习 I		
	图像设计 CAD 实习 II		
	图像设计基础特别讲义	2	
	图像设计特别讲义	2	
	毕业研究	6	6

(3) 听觉传播设计

听觉传播设计也是传播设计的一个组成部分。它有创造适于人类的听觉音响环境与进行听觉信息传达的双重功效，这两者也就是它所创造的实用价值。它与视觉传播设计相似也同样地设置有与所创造的文化价值，与所使用的符号编码规则以及进行信文传送的信道媒体技术相关的各种课程。具体的就不一一介绍了。在这些课程的设置中也明显地反映出了交叉学科的特性。它既有诸如音乐原理、音乐学、演奏学、音乐史等的艺术类课程，也有为了音响的良好生成与传送的工程技术类课程。这些都能很好地反映了它的学科交叉性。

课程门类	课 程 名	学分数	必修学分
音响环境学	音乐原理、练习 I	1.5	1.5
	音乐原理、练习 II	1.5	1.5
	音乐学 I	2	
	音乐学 II	2	
	音乐心理学	2	
	演奏学实习 I	2	2
	演奏学实习 II	2	
	演奏学实习 III	2	
	音乐史、练习 I	1.5	1.5
	音乐史、练习 II	1.5	1.5

续表

课程门类	课 程 名	学分数	必修学分
音响环境学	音响构成、练习Ⅰ	1.5	2
	音响构成、练习Ⅱ	1.5	
	音响理论、练习Ⅰ	2	
	音响理论、练习Ⅱ	2	
	音响理论、练习Ⅲ	2	
	音色评价论	2	
	室内音响学	2	
	收音音响构成	3	
	环境音响构成	3	
	噪音环境学Ⅰ	2	
	噪音环境学Ⅱ	2	
	音场分析	2	
信息音响学	音响生理学	4	4
	音频理论	2	
	听觉心理学	4	
	信息传达理论	2	
	听觉信息论Ⅰ	2	
	听觉信息论Ⅱ	2	
	音响信号处理、练习Ⅰ	1.5	
	音响信号处理、练习Ⅱ	1.5	
	听能形成Ⅰ	2	
	听能形成Ⅱ	2	
	音响器械Ⅰ	2	
	音响器械Ⅱ	2	
	信息音响系统	2	
	音响信息通信Ⅰ	2	
	音响信息通信Ⅱ	2	
	数字信号处理、练习Ⅰ	1.5	
	数字信号处理、练习Ⅱ	1.5	
	数字音响系统	2	
	音响信息处理工程Ⅰ	2	
	音响信息处理工程Ⅱ	2	
音响实验Ⅰ		2	2
音响实验Ⅱ		2	2
设计练习Ⅰ		1	
设计练习Ⅱ		1	
Seminar		2	2
毕业设计		6	6

(4) 环境设计

环境设计也是一个完整的多学科交叉的设计学科。失去了环境工程类的课程，功能设计就成了画饼充饥，失去了功能设计类的课程也就不再是设计了，就成了不知是为什么而用的土木工程了。由于建筑学科在世界范围内已经比较成熟，早在 19 世纪就以形成了并独立为一个已包含了艺术与工程的完整的交叉学科。因此业外人士千万别因为看到在环境设计中也有艺术性的一面，就像发现新天地一样去做起新时代的莫里



斯来，把一个完整的交叉学科硬是拆出一个所谓的环境艺术学科来。若是这样环境设计学科又去干什么呢？

课程门类	课 程 名	学分数	必修学分
功能设计	环境设计论	2	2
	环境设计实习	1	
	环境设计史Ⅰ	2	2
	环境设计史Ⅱ	2	2
	环境信息论	2	
	建筑规划Ⅰ	2	
	建筑规划Ⅱ	2	
	城市规划	2	
	建筑设计Ⅰ	2	
	建筑设计Ⅱ	2	
	建筑设计Ⅲ	2	
	地域设计Ⅰ	2	
	地域设计Ⅱ	2	
	地域设计Ⅲ	2	
	城市园林环境设计	2	
环境工程	材料与施工设计Ⅰ	2	
	材料与施工设计Ⅱ	2	
	材料与施工设计练习Ⅰ	2	
	材料与施工设计练习Ⅱ	3	
	结构设计Ⅰ	2	
	结构设计练习Ⅰ	1	
	结构设计Ⅱ	2	
	环境设施规划	2	
	结构力学Ⅰ	2	
	结构力学Ⅱ	2	
	结构力学练习Ⅱ	1	
	环境工程Ⅰ	2	
	环境工程Ⅱ	2	
	环境工程Ⅲ	2	
	自然环境工程	2	
特别讲座Ⅰ		2	
特别讲座Ⅱ		2	
环境设计专题Ⅰ		2	2
环境设计专题Ⅱ		2	2
环境设计专题Ⅲ		3	3
环境设计专题Ⅳ		3	3
环境设计专题Ⅴ		3	
环境设计专题Ⅵ		3	
毕业设计		6	6

## 术 语 索 引

Acoustic Design	音响设计
Analogous	类比的
Arbitrariness	恣意性, 任意性
Architectural Design	建筑设计
Articulation	分节
Channel	信道
Civilization	文化
Code	编码规则, 规则, 编码, 代码, 符码
Combination	横组合, 语构性关系
Commercial Design	商业设计
Communication	传达, 传播, 交流 (通信, 交换)
Communication Design	传播设计
Composition	构成
Connotation	内涵, 暗示义
Concept Design	概念设计
Content	内容
Context	语境
Convention	约定俗成性, 约定性
Corporate Identity System Design	CI 设计
Costume Design	服装设计
Craft Design	工艺美术设计
Decoding	解码过程, 译码过程
Denotation	外延, 明示义
Design Graphics	设计图学
Design Process	设计过程
Design Sketch	设计素描
Design Survey	设计调查
Display Design	展示设计
Dynamic Survey	动态调查
Finished Model	仿真模型
Encoding	编码过程
Engineering Graphics	工程图学
Entity	实体
Environmental Design	环境设计
Expression	表达, 表现
Form	形式
Function	功能
Furniture Design	家具设计
Graphic Design	图形设计

## 设计符号学

Hearing Communication Design	听觉传播设计
Homologous	同构关系的, 同系的
Icon	类象
Idiome	惯用型
Index	标志
Industrial Design	工业设计
Information	信息
Interior Design	室内设计
Language	语言, 抽象的整体语言
Media	媒介
Message	信文
Mock Up	原大模型
Model	模型
Model Change	改型设计
Modern Design	现代设计
Motivation	动机
Noise	噪声
Packaging Design	包装设计
Paradigmatic	纵聚合关系, 范例性关系
Parole	言语, 具体的个体语言
Perspective	透视画法
Pragmatics	语用学
Prior Survey	事前调查
Product Design	产品设计
Prototype	制造原型
Scale Model	缩尺模型
Semantics	语义学
Semiosis	符号过程
Semiotics	符号学
Sense	意义
Set	集合
Signification	意指作用
Signified	所指
Signifier	能指
Substance	实体
Symbol	符号, 象征
Syntactics	语构学
System	系统
Technological Design	工艺设计, 量产设计
Tracking Survey	追踪调查
Tradition Design	传统设计
Value	价值
Visual Communication Design	视觉传播设计
Working Design	操作设计

## 参 考 文 献

- 1 张宪荣, 耿新颜主编. 工业设计的符号学的审视. 包装工程, Vol. 23 No. 3 p. 123 2002
- 2 張憲榮、耿新顏主編. 工業デザインの記号体系について. 2001 International Conference on Industrial Design, Jinan, 2001. pp36-41
- 3 张宪荣, 陈麦, 季华妹主编. 工业设计理念与方法. 北京: 北京理工大学出版社, 1996
- 4 张宪荣, 陈麦, 季华妹主编. 现代设计辞典. 北京: 北京理工大学出版社, 1998
- 5 张宪荣, 张萱主编. 设计色彩学. 北京: 化工出版社, 2003
- 6 池上嘉彦主编. 記号論への招待. 日本岩波書店、1992
- 7 池上嘉彦主编. 詩学と文化記号論. 日本講談社学術文庫、1996
- 8 池上嘉彦, 唐須教先, 山中桂一主编. 文化記号論-言語のコードと文化のコード. (日本) 講談社学術文庫、1994
- 9 竹内敬人主编. 言語とコミュニケーション. 日本: 東京大学出版会、1988
- 10 Umberto. Eco 主编. 記号論と言語哲学. 日本: (谷口 勇訳), 国文社、1996
- 11 Umberto. Eco 主编. 記号論入門-記号の概念の歴史と分析. 日本: (谷口伊兵衛訳)、而立書店、1997
- 12 John. Deely 主编. 記号学の基礎理論. 日本: (大熊信昭訳) 政法大学出版局, 1996
- 13 渡辺 護主编. 音楽美の構成. 日本: 音楽の友社, 1995
- 14 祖父江孝男主编. 文化人类学入门. 日本: 中央公论社, 1998
- 15 真部春蔵主编. 人間工学概論. 日本: 朝倉書店, 1980
- 16 大智 浩主编. デザイン色彩計画. 日本: 美術出版社, 1973
- 17 高梨隆雄 (邦訳) 主编. 設計美学. 日本: 株式会社グヴィド社, 1982
- 18 小池岩太郎, 清家 清主编. 工業デザイン. 日本: 共立出版株式会社, 1978
- 19 清水紀夫主编. デザインと材料. 日本: 技報堂出版株式会社, 1993
- 20 九州艺术工科大学主编. 讲义要目. 1994
- 21 R. 巴特主编. 董学文, 王葵译. 符号学美学. 沈阳: 辽宁人民出版社, 1987
- 22 R. 巴特主编. 王东亮等译. 符号学原理. 生活·读书·新知三联书店, 1999
- 23 R. 巴特主编. 敖军译. 流行体系——符号学与服饰符码. 上海: 上海人民出版社, 2000
- 24 皮埃尔·吉罗主编. 怀宇译. 符号学概论. 成都: 四川人民出版社, 1988
- 25 T. 霍克斯主编. 瞿铁鹏译. 结构主义与符号学. 上海: 上海译文出版社, 1997
- 26 埃德蒙·利奇主编. 郭凡, 邹和译. 文化与交流. 上海: 上海人民出版社, 2000
- 27 费尔迪南·德·索绪尔主编. 周友祥译. 第三次普通语言学教程. 上海: 上海人民出版社, 2002
- 28 G. 勃罗德彭特等主编. 符号·象征与建筑. 北京: 中国建筑工业出版社, 1991
- 29 A. J. 格雷马斯主编. 吴泓缈译. 结构语义学方法研究. 北京: 三联书店, 1999
- 30 列维-斯特劳斯主编. 李幼蒸译. 野心的思维. 北京: 商务印书馆, 1987
- 31 李幼蒸主编. 理论符号学导论. 北京: 社会科学文献出版社, 1999
- 32 周晓明主编. 人类交流与传播. 上海: 上海文艺出版社, 1990
- 33 邵培仁主编. 传播学导论. 杭州: 浙江大学出版社, 1997
- 34 许慎主编. 说文解字注. (段玉裁注). 杭州: 浙江古籍出版社, 1998
- 35 上海博物馆主编. 中国古代书法展览. 上海: 上海书画社, 1973